

CONCLUSIONES

BASELINE:

En cada sesión, de media:

KPIs por sesión: Se ven 2.15 productos

KPIs por sesión: Se añaden 1.30 productos al carrito

KPIs por sesión: Se eliminan 0.93 productos del carrito

KPIs por sesión: Se compran 0.28 productos

Venta cruzada: mediana de 5 productos por compra cada cliente

Reurrencia: el 10% de los clientes vuelve a comprar tras el primer mes

Conversión: el 60% de añadir al carrito sobre visualizaciones

Conversión : 21% de compra sobre añadidos a carrito

Conversión : 12 % de compra sobre visualizaciones

Facturación media mensual: 124.265 €

PALANCAS

ACCIONES DE INCREMENTO DE VISUALIZACIONES

Revisar las campañas de pago para concentrar la inversión entre las 9 y las 12, a las 18 y a la 1.am

Concentrar la inversión del periodo navideño en la semana del black friday

Incrementar la inversión hasta llegar al CPA máximo en base al LTV que hemos identificado.

ACCIONES DE INCREMENTO DE CONVERSIÓN

Configurar la home con los productos identificados en los análisis most viewed y most sold

Trabajar sobre los productos con alta tasa de abandono de carrito

Trabajar sobre los productos muy vistos pero poco comprados

ACCIONES DE INCREMENTO DE VENTA CRUZADA

La venta mediana incluye 5 productos

Queremos incrementar ese ratio mediante la recomendación en tiempo real con el recomendador construido

ACCIONES DE INCREMENTO DE FRECUENCIA DE COMPRA

El 78 % de los clientes solo hacen una compra

Campañas promocionales sobre los segmentos top de la segmentación de RFM

Posible programa de fidelización del cliente

DETALLE DEL BUSINESS CASE

Tras ponernos en las 3 situaciones (versión pesimista, versión optimista, versión esperada) el ROI sería el siguiente:

-Versión pesimista: -0.186 el primer año

Coste de la puesta en marcha de las palancas: 188.000€

Resultado de la puesta en marcha de las palancas: 153000€

Buscando un beneficio en el segundo año

-Versión esperada: 0,31 veces superior el primer año (ROI)

Coste de la puesta en marcha de las palancas: 188.000€

Resultado de la puesta en marcha de las palancas: 247.500€

Incrementando el segundo año los beneficios

Versión optimista: 1,05 veces superior el primer año (ROI)

Coste de la puesta en marcha de las palancas: 188.000€

Resultado de la puesta en marcha de las palancas: 387.000€