

Examen de negocio para Localadventures, aplica a la vacante Efraín Santos Luna.

¿Cuál es la propuesta que puede dar para predecir el éxito de una experiencia?

El éxito que puede tener una experiencia se puede predecir mediante un modelo de Machine learning o Deep learning tal como una red neuronal, árboles y bosques aleatorios, XGboost o algún algoritmo de este tipo, evidentemente el mejor algoritmo para esta tarea dependerá de los resultados obtenidos en la evaluación del modelo así como del tipo de data con la que se cuente.

El verdadero problema está en cómo construir ese modelo, para explicarlo tomare algunas consideraciones, primeramente asumiré que la empresa tiene guardada información respecto a las experiencias que son aceptadas y las que no lo son, al menos en los siguientes rubros.

- Tipo de lugar (playa, desierto, bosque, etc.)
- País
- Ciudad
- Tipo de viaje (tour, visita guiada, campamento, etc.)
- Que incluye (vuelo, comidas, hospedaje, etc.)
- Costo para la empresa
- Precio al público
- Días de viaje
- Es de temporada o no el destino
- Público al que va dirigido
- Época del año en la se piensa lanzar el producto

Estos rubros son importantes de considerar ya que engloban características esenciales del viaje, como son:

- El lugar donde será la experiencia y sus características.
- El tipo de experiencia que se ofrece y para quien va dirigida.
- Los costos que puede generar ofrecer esta experiencia y la ganancia que la empresa puede obtener.
- El factor de temporalidad del viaje, ya que el mercado fluctúa dependiendo de las épocas del año en las que se esté.

Con esta información histórica se podría generar un modelo que aprenda de los datos históricos para predecir el éxito que podría tener una nueva experiencia, únicamente se tendrían que extraer las características antes enlistadas para las nuevas experiencias a evaluar.

El modelo a elegir dependería de los datos y también de los resultados que arroje, aunque eso se evaluaría en una etapa posterior ya de implementación y validación.

¿Cómo haría para crear un conjunto de datos de productos potenciales para analizar e implementar?

La primera de ellas sería un scraper que busque en diferentes sitios web producto potenciales, este sistema tendría que tener la capacidad de analizar el sitio web y extraer las experiencias a evaluar, además de extraer las características del propio viaje.

Los tipos de experiencias a extraer tendrían que estar definidas, esto podría hacerse en base a la información del negocio, tal como la temporada en la que se está, tendencias de viajes, tendencias de destinos para viajeros, cual es el público que más está viajando, entre otros indicadores que permitan en clarificar la búsqueda.

Ya con los perfiles de experiencias a buscar entonces se extraerían estos destinos, para determinar si el viaje es o no potencial, se podría establecer como primer filtro solo aquellos destinos que tengan una buena evaluación por parte de los clientes, normalmente se manejan escalas de estrellas o numéricas lo cual haría muy fácil la clasificación si es o no conveniente extraer el destino para evaluarlo, en caso contrario que no se contara con un sistema de puntaje en la experiencia a evaluar, se podrían evaluar los comentarios con un algoritmo de text mining y análisis de sentimientos, aunque esto incrementaría el tiempo de extracción de los datos.

Finalmente se almacenarían los destinos extraídos en un dataset o una base de datos para su posterior análisis.

¿Qué otras formas podemos tomar para lanzar solo experiencias que nuestros clientes comprarán?

Una estrategia sería un estudio de mercado para las diferentes experiencia que se tienen como prospectos, donde se podría evaluar por ejemplo su rentabilidad, impacto en el mercado, que tan atractivo puede ser para el público, si es una experiencia innovadora o conservadora, también podría incluirse dentro de este estudio un análisis de las estadísticas de redes sociales en cuanto a lugares que más se están visitando, a través de por ejemplo menciones con # o palabras clave para identificar tendencias de viajes, esto se puede extraer mediante servicios de terceros o con un scraper para redes sociales.

Con los resultados del estudio ya se tendrían parámetros fiables para decidir cuáles son los destinos que los clientes más comprarán.

Otra estrategia podría ser un benchmarking de estas experiencias o de experiencias similares de la competencia para estudiar cual fue la reacción del público ante estas, a través de por ejemplo las evaluaciones que el público dio para las experiencias y con esto ir descartando las menos valoradas.

Por ultimo podrían definirse KPI's para medir que tan efectiva va a ser la venta de una nueva experiencia y de esta manera identificar los mejores prospectos, algunos KPI's podrían ser:

- Efectividad de venta con experiencias similares que se lanzaron en el pasado.
- Popularidad de estas experiencias.
- Aceptación en el mercado de estas experiencias.
- Si es o no tendencia el tipo de destino al que lleva esta experiencia.
- Como ha fluctuado la venta de este tipo de experiencias en el pasado.
- Promedio de ganancia con experiencias similares que han sido lanzadas en el pasado.

También es importante conocer cómo se comportara el mercado en un futuro y aun que se sale un poco de la pregunta es importante tener siempre una estimación de las fluctuaciones en escenarios futuros y con base en esto tomar medidas que puedan prevenir estos eventos, por ejemplo estrategias de marketing, ofertas para los viajes, reducir o ampliar el catálogo de experiencias, entre otras.