

Proyecto Aplicación y Casos de Uso Empresarial

Introducción

Netflix ya ha llegado a España. El 20 de octubre el portal de cine y series a la carta, que permite ver legalmente cientos de películas y series a través de internet, abrió su servicio en nuestro país. Desde hacía tiempo, la compañía ha venido manteniendo reuniones para negociar derechos de contenidos. Por lo que se avecina un pequeño terremoto en el sector de la televisión de pago de nuestro país. La empresa ha realizado estudios de mercado para conocer los gustos audiovisuales de los españoles. Además, LG y Samsung ya tienen listas las aplicaciones para sus televisores Smart TV. Vodafone, por su parte, ha anunciado que incluirá el servicio dentro de su oferta televisiva y, además, promocionalmente ofrecerá Netflix gratis durante 6 meses a sus clientes.

Cómo contratarlo

Netflix puede contratarlo cualquier persona con una conexión a internet. Sólo debes acceder a la página oficial y registrarte con tu tarjeta bancaria. El primer mes de prueba es gratuito y podrás darte de baja cuando quieras. Vodafone es además el primer operador de España en incluirlo dentro de su servicio Vodafone TV. Esto se hace añadiendo la aplicación de Netflix directamente en los descodificadores de TV de los clientes de fibra de Vodafone y Fibra Ono. Los usuarios podrán navegar a través del catálogo de Netflix utilizando el Buscador y las Recomendaciones de Vodafone TV, por lo que la integración será casi total. Una parte de los clientes de Vodafone disfrutan de 6 meses gratis de Netflix

Precio

La tarifa básica en España cuesta 7,99 €/mes, que permitirá conectarse desde un dispositivo con calidad estándar. Con calidad HD (alta definición) y la opción de conectarse desde dos dispositivos costará 9,99 €/mes. Y con calidad 4K (ultra alta definición) y cuatro dispositivos el precio será de 11,99 €/mes. Todos los clientes disfrutan de un primer mes de prueba gratuito. No hay permanencia y puedes darte de baja cuando quieras. Por otro lado, los clientes de Vodafone One (M o superior y que tengan TV) podrán disfrutar de Netflix durante los primeros 6 meses gratuitamente. Después pasarán a pagar los precios oficiales. Más detalles en: <http://www.comparaiso.es/manuales-guias/netflix-espana-que-es>

Descripción del proyecto

Sois el equipo de científicos de datos de la consultora DataMasters y la llegada de Netflix os supone la entrada de varios proyectos, todos ellos relacionados con el análisis y la toma de decisiones de algunas de las principales empresas implicadas en este mercado. Por una parte se pone en contacto con vosotros Movistar, que quiere diseñar una campaña para minimizar la previsible fuga de clientes atraídos por la nueva oferta.

Proyecto: Movistar

Movistar está preocupada por el aterrizaje de Netflix y por la oferta de Vodafone. Teme que algunos de sus clientes que tienen contratado MovistarPlus se vean atraídos por la nueva oferta de Vodafone. Os plantea la realización del diseño de una campaña de incentivos para mantener el mayor número de clientes en su empresa. En concreto os piden:

1. Análisis de perfiles de posibles desertores. Os piden que determinéis un perfil del posible desertor. Y también un perfil para aquel que no lo sea. La empresa os proporciona un dataset con un histórico de clientes que han dejado la empresa y los que no. A partir de él tenéis que identificar el perfil o perfiles de los que han dejado la empresa para prever los que tienen una alta probabilidad de solicitar portabilidades a Vodafone. Los perfiles tienen que identificar los atributos relevantes y los valores para dichos atributos.
2. Segmentación/creación de grupos entre los desertores y los no desertores. Os piden también agrupar los usuarios dentro de cada clase en función de sus atributos más relevantes. Esta segmentación será clave para diseñar la campaña de incentivos.
3. Diseño de la campaña de incentivos. Hay que identificar qué incentivos se ofrece a cada grupo. Para ello habrá que estimar el valor estimado derivado de la realización e la campaña en cada uno de los grupos de interés. Y simular resultados de estas campañas.

La empresa pone a disposición un dataset sobre deserciones: Telco_customer_chun.xls