



CODER HOUSE

Train Test Split SRL

Análisis de Campaña de Marketing para predicción de resultados futuros



Presentación de la Empresa






**Empresa de Marketing y Publicidad,
dedicada a campañas publicitarias de
productos de terceros**

**Canales de difusión: Catálogos y
Redes Sociales (web)**

Objetivos para la próxima campaña



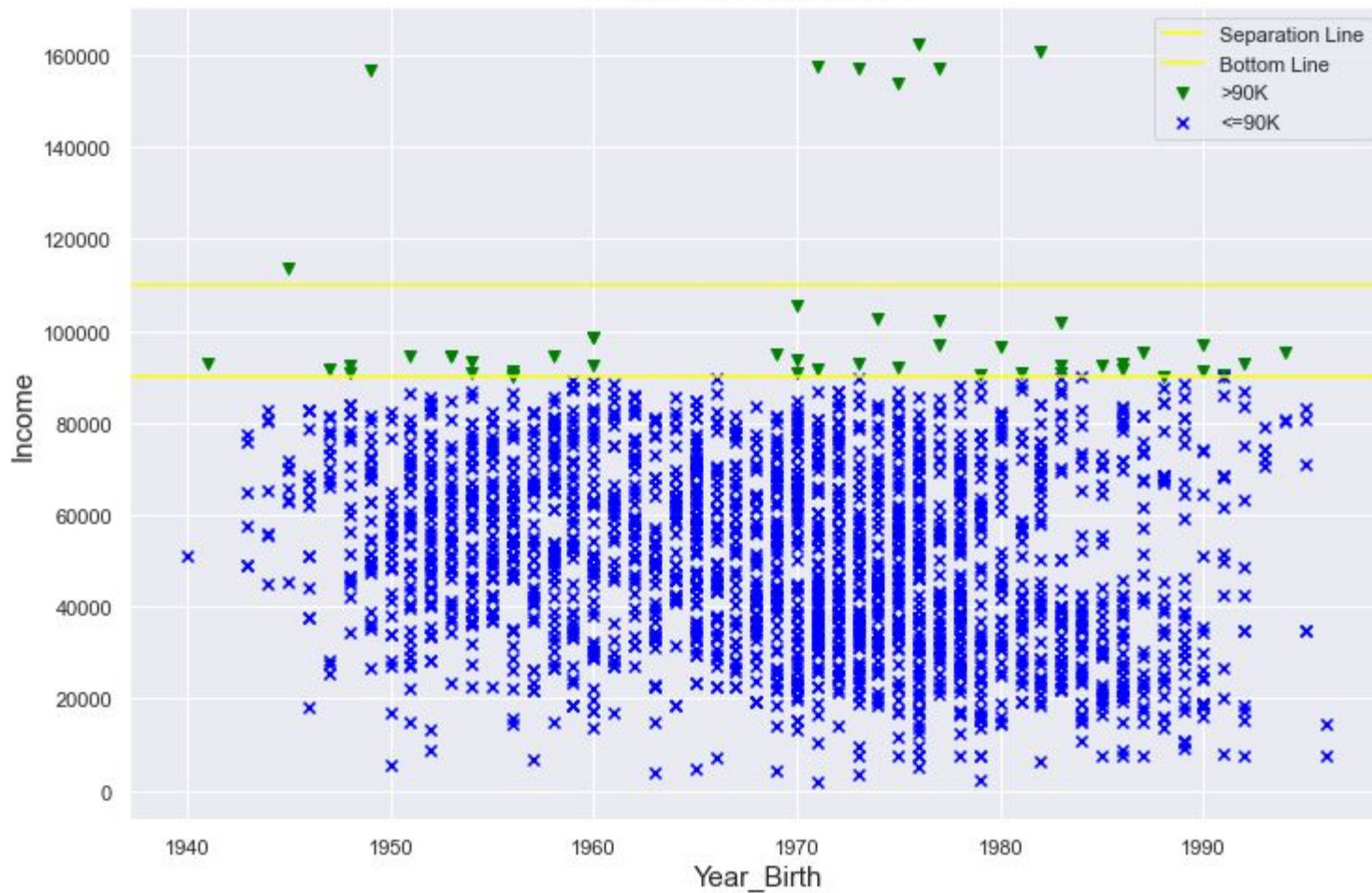
- 
- **Conocer y definir a nuestro cliente objetivo**
 - **Saber que productos son los más comprados**
 - **Enfocarnos en el segmento elegido para las próximas campañas**




Salarios anuales

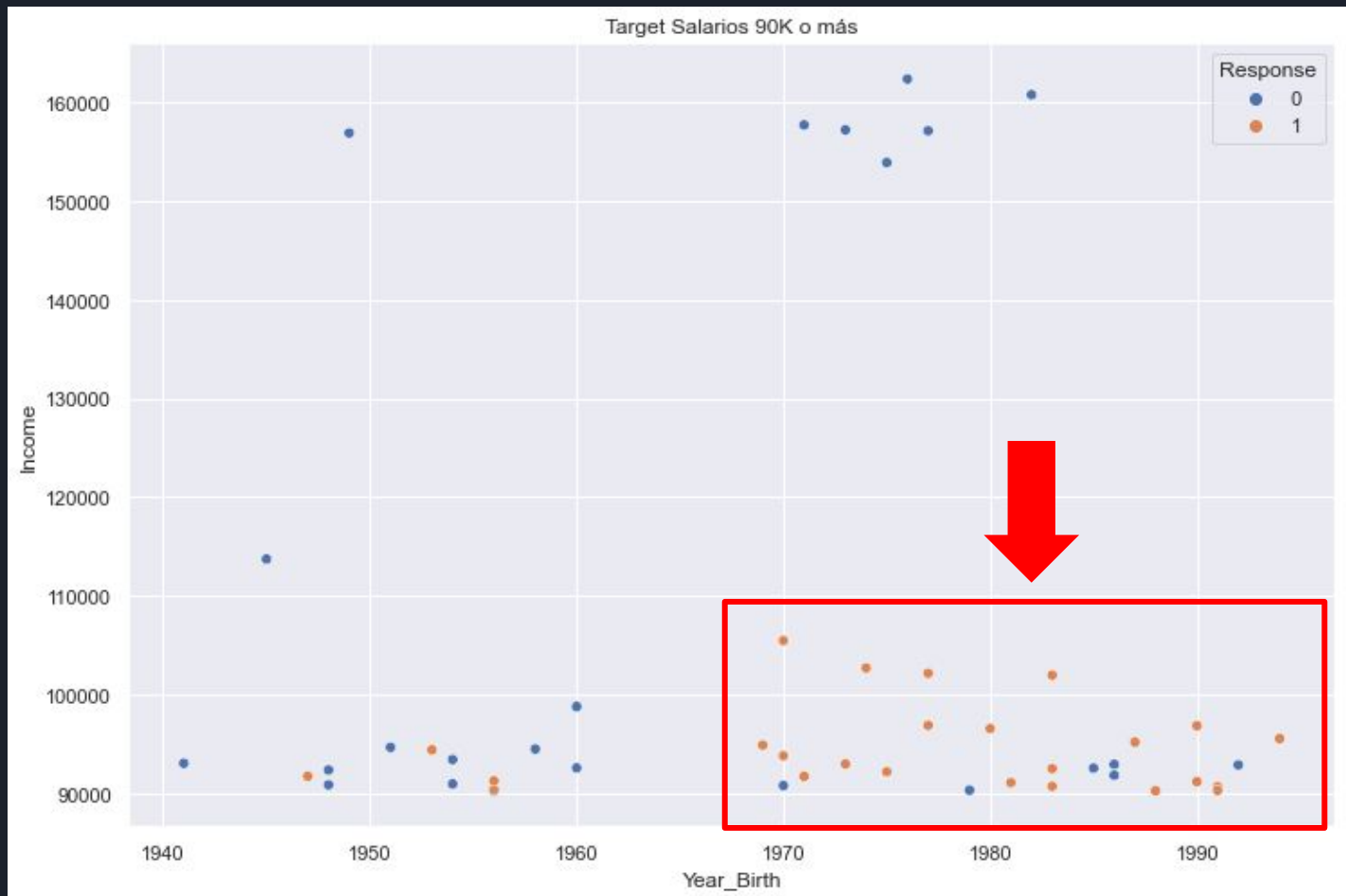
- **Nos enfocamos en un rango de \$90K a \$110K de salario anual**
- **Luego vemos como fue la aceptación de la última campaña de marketing**

Income vs Birth Year

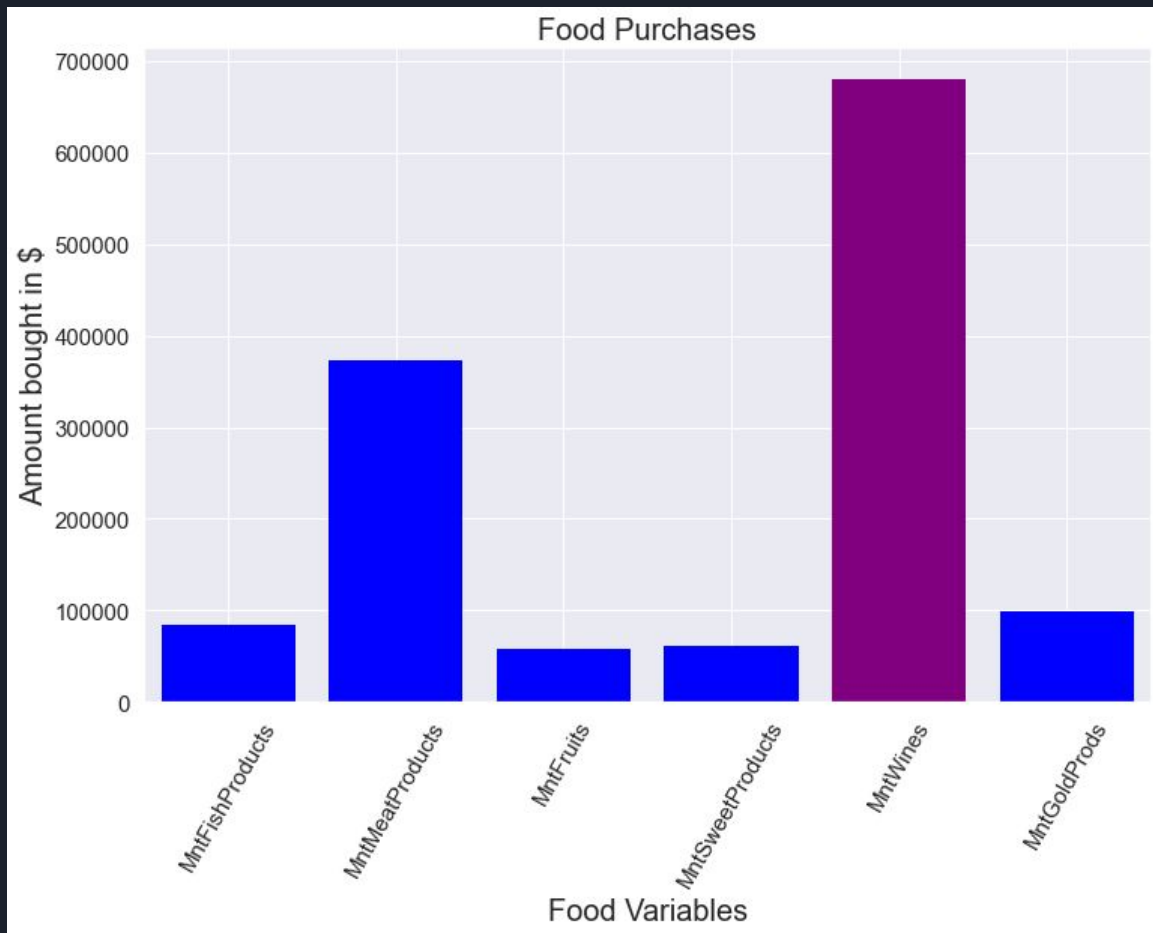





**Encontramos que las personas que
nacieron a partir de 1970, y tienen un
salario anual entr \$90K y \$110K, están
más predispuestas a aceptar nuestra
campana publicitaria**



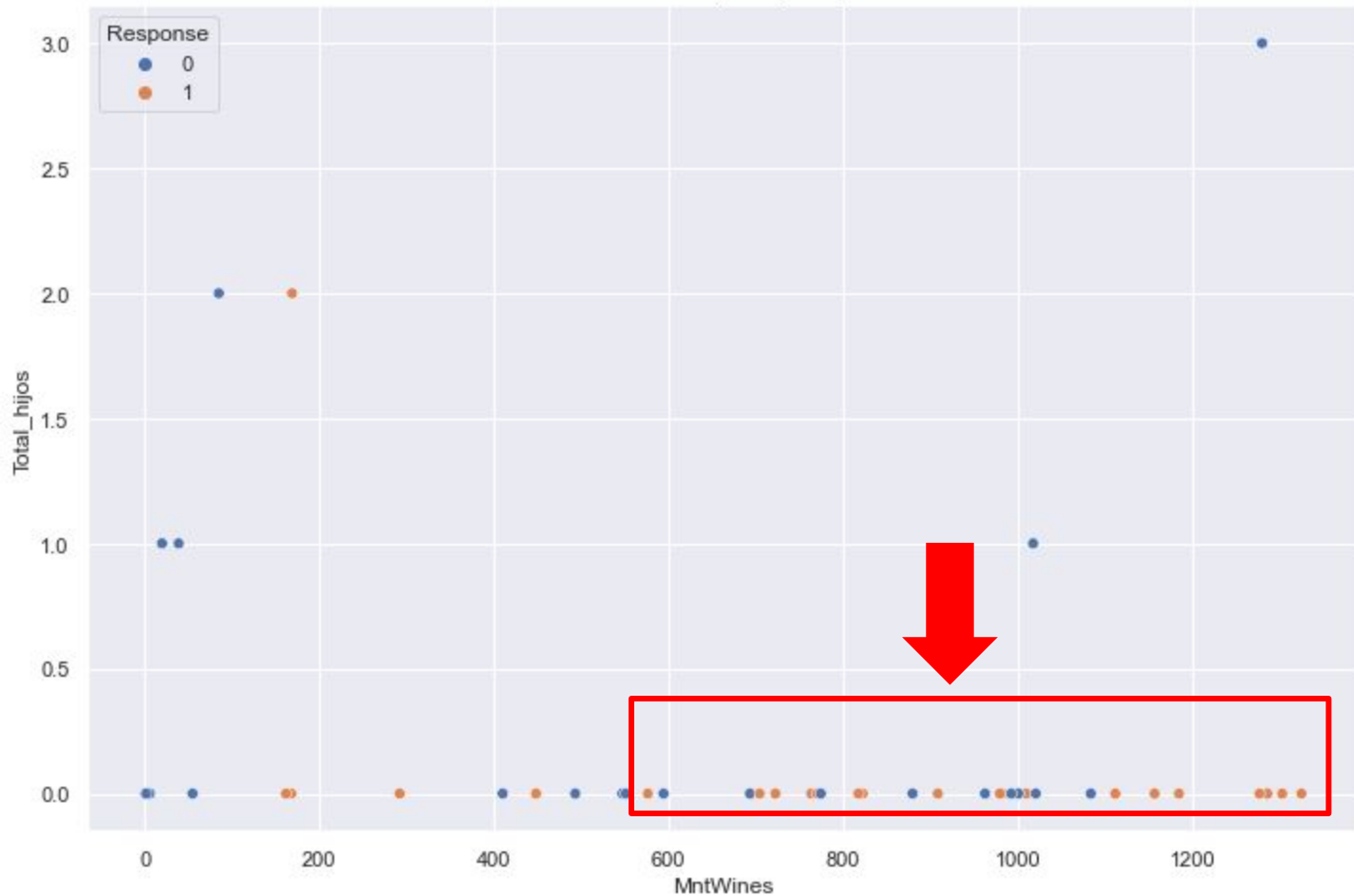
**Además, sabemos
que el vino es el
producto más
vendido anualmente**



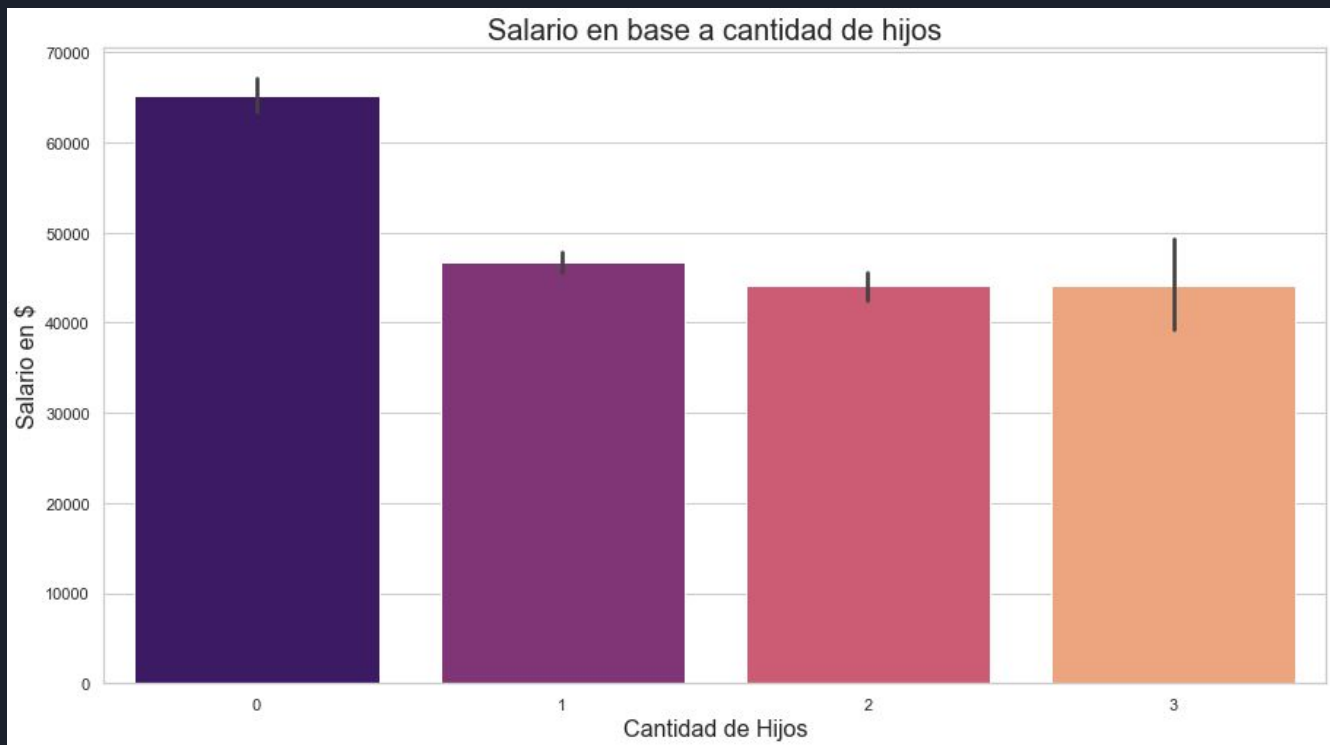



**Si cruzamos nuestra nueva data, con
la cantidad de hijos por cada uno de
esos clientes, obtenemos que los
clientes sin hijos son los que más
vino compran**

Cantidad de Vino Comprado por Hijos en Casa



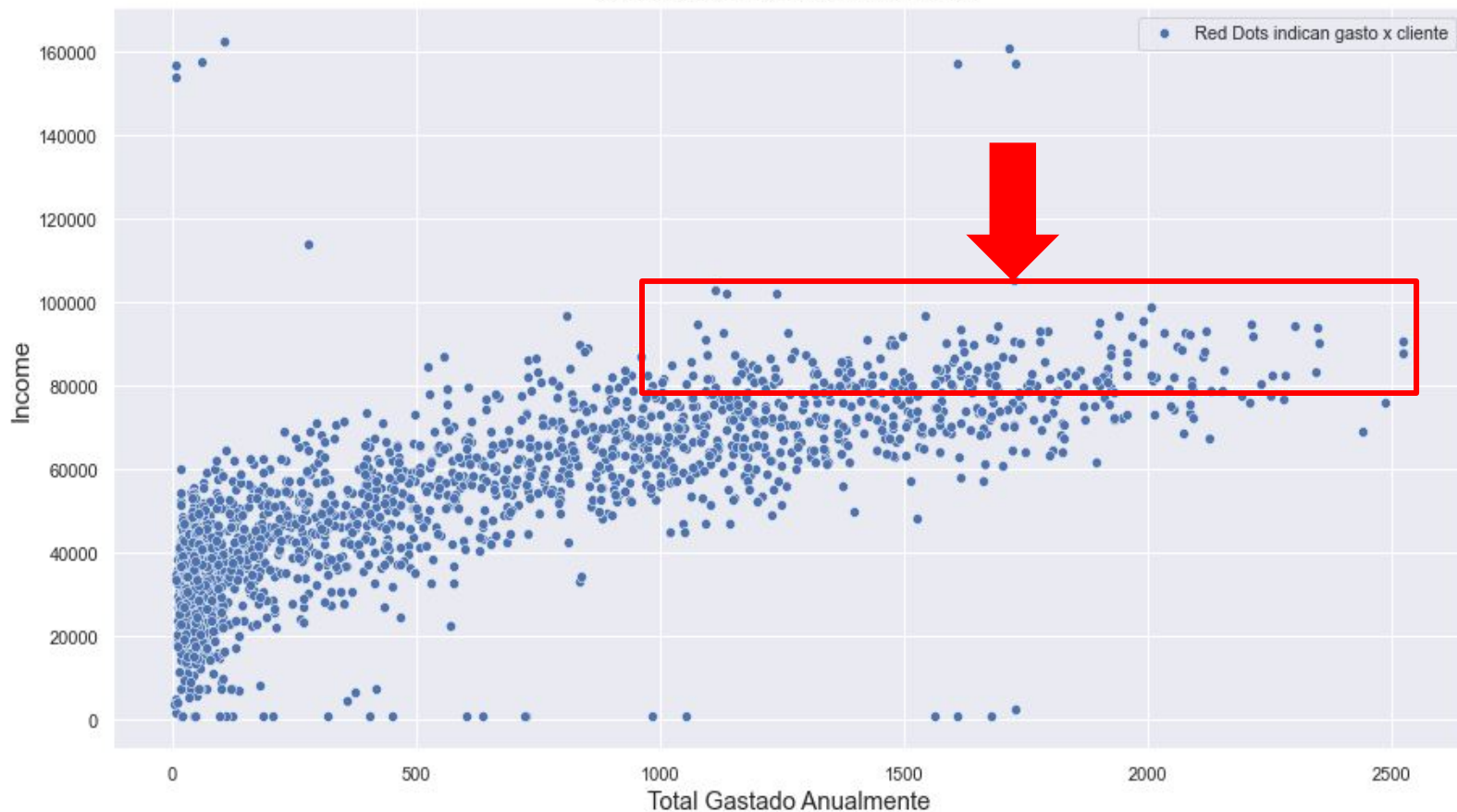
**Además, observamos que cuantos
menos hijos, mayor salario**






**Vamos a tomar a los clientes con un
gasto anual total entre \$1000 y \$2500
con respecto a su ingreso.**

Income vs Gastos Anuales



***Entonces, ¿Cómo es
nuestro cliente ideal?***



- 
- **Nació a partir de 1970**
 - **Gana entre \$90K y \$110K**
 - **No tiene hijos**
 - **Su gasto anual es entre \$1000 y \$2500**
 - **La mayor parte de su salario la consume en vino**



***¡La próxima campaña se
debería enfocar en la venta
de vino para el segmento de
clientes enfocado!***





CODER HOUSE