

RESULTADOS GLOBALES MARKETING



2.240

 Total Clientes


1.258K

 Total Compras

5K

 Compras Descuento

8 %

 Compras Premium

Alta Cliente



☐ 2012

☐ 2013

☐ 2014

Hijos Cliente



☐ Con Hijos

☐ Sin Hijos

VER DETALLE

CAMPAÑAS

PRODUCTOS



PROMEDIOS PERFIL CLIENTES

561,78

 Compras

\$51.976

 Ingresos

54

 Edad

49

 Días Últ. Compra



INTERACCIÓN

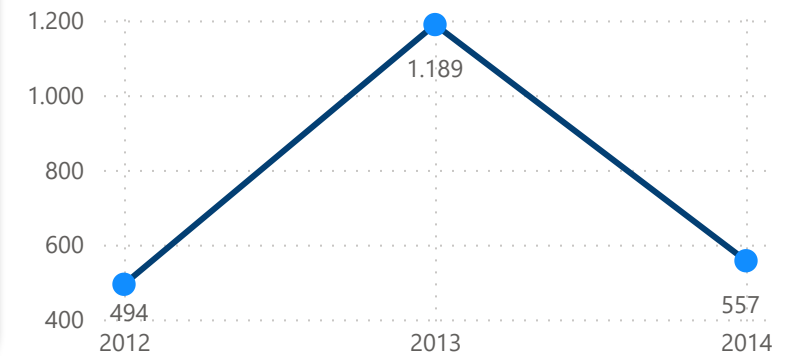
12K

Visitas WEB

21

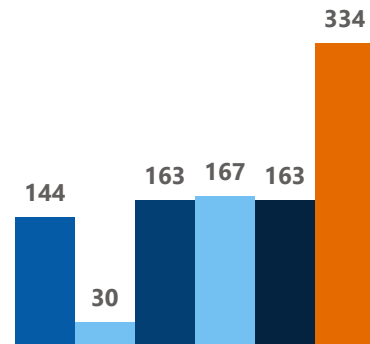
Reclamaciones

Altas Clientes por Año



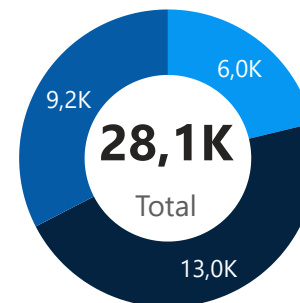
Total clientes por Campaña

● C1 ● C2 ● C3 ● C4 ● C5 ● C Final

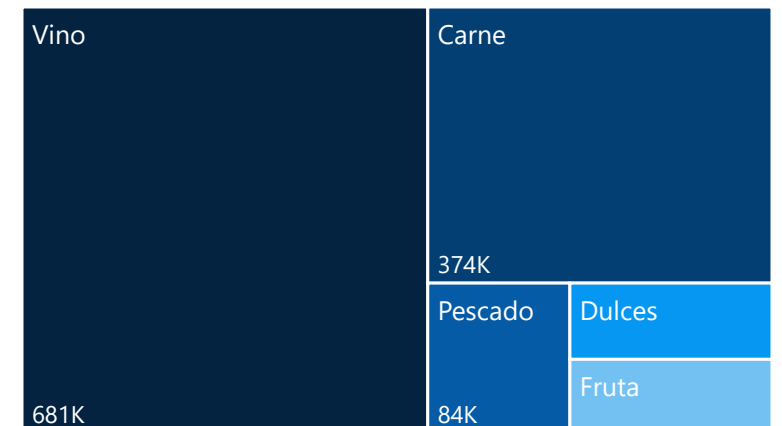


Pedidos por Canal

● CATÁLOGO ● TIENDA ● WEB



Ventas por producto



DETALLE PRODUCTOS



2.240

Total Clientes

1.258K

Total Compras

PRODUCTO SELECCIONADO

VINO

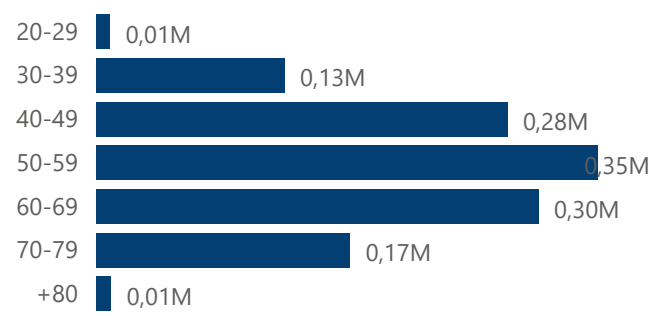
CARNE

PESCADO

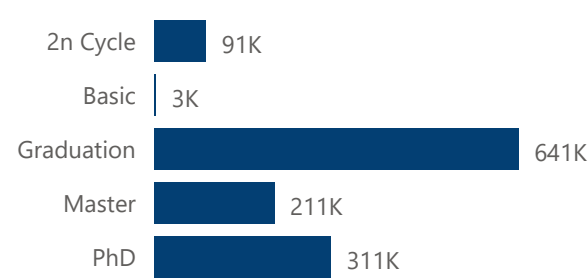
FRUTA

DULCES

Total compras por Edad



Total compras por Nivel Estudios



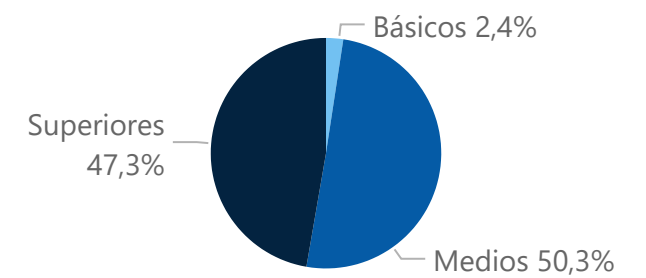
Clientes premium



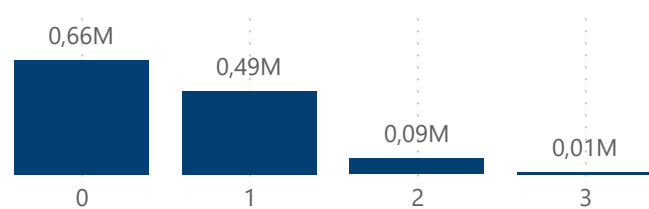
Clientes descuento



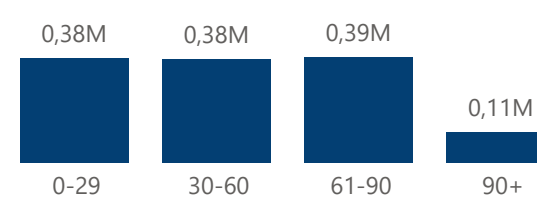
% Nivel Estudios Clientes



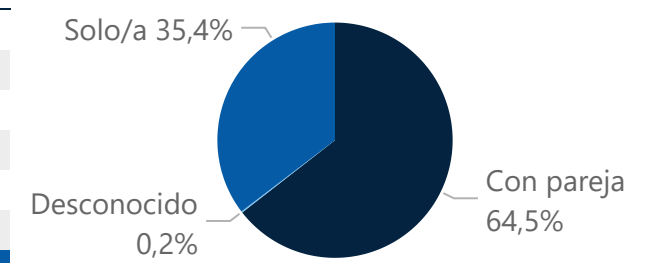
Total Compras por N° Hijos



Total Compras por Días Ult. Compra



% Clientes con Pareja



Alta Cliente

☐ 2012

☐ 2013

☐ 2014

Hijos Cliente

☐ Con Hijos

☐ Sin Hijos

VER DETALLE

GLOBAL

CAMPAÑAS

Grupo_EstadoCivil	Total Clientes	Campaña1	Campaña2	Campaña3	Campaña4	Campaña5	Campaña Final
Divorciado/a	232	12	5	20	18	13	48
Soltero/a	483	31	5	39	33	31	107
Viúdo/a	77	5	1	4	10	8	19
Casado/a	864	63	7	63	63	66	98
Pareja Hecho	580	32	12	37	43	44	60
Otro	4	1	0	0	0	1	2
Total	2.240	144	30	163	167	163	334

EJEMPLO FILTRADO DE PANELES

RESULTADOS GLOBALES MARKETING



349

 Total Clientes


179K

 Total Compras

1K

 Compras Descuento

9 %

 Compras Premium

Alta Cliente

☒ 2012

☐ 2013

☐ 2014

Hijos Cliente

☒ Con Hijos

☐ Sin Hijos

VER DETALLE

CAMPAÑAS

PRODUCTOS



PROMEDIOS PERFIL CLIENTES

513,50

 Compras

\$46.723

 Ingresos

54

 Edad

50

 Días Últ. Compra



INTERACCIÓN

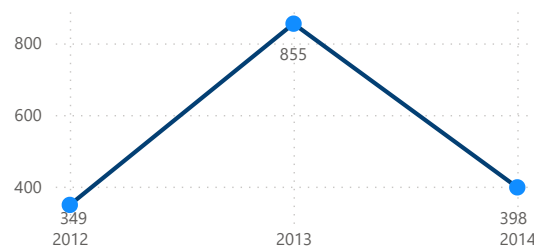
2440

Visitas WEB

5

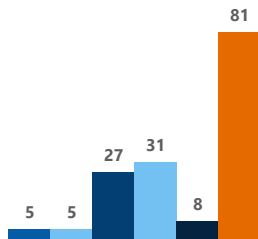
Reclamaciones

Altas Clientes por Año



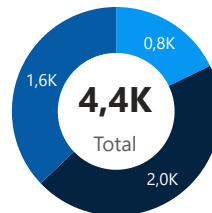
Total clientes por Campaña

● C1 ● C2 ● C3 ● C4 ● C5 ● C Final

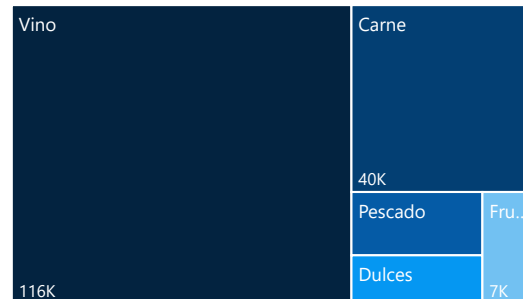


Pedidos por Canal

● CATÁLOGO ● TIENDA ● WEB



Ventas por producto



DETALLE CAMPAÑAS



5

 Total Clientes

5K

 Total Compras

CAMPAÑA SELECCIONADA

CAMPAÑA 1

CAMPAÑA 2

CAMPAÑA 3

CAMPAÑA 4

CAMPAÑA 5

CAMP. FINAL

Total clientes por Edad



Total Clientes por Nivel Estudios



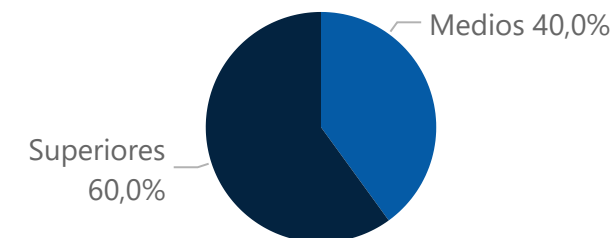
Clientes premium



Clientes descuento



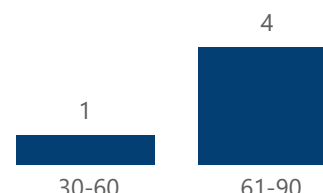
% Nivel Estudios Clientes



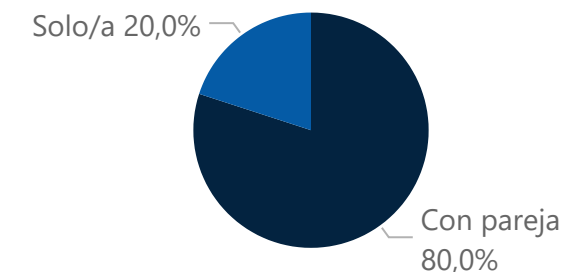
Total Clientes por N° Hijos



Total Clientes por Días Ult. Compra



% Clientes con Pareja



VER DETALLE

GLOBAL

PRODUCTOS

Grupo_EstadoCivil	Total Clientes	Campaña1	Campaña2	Campaña3	Campaña4	Campaña5	Campaña Final
Soltero/a	1	0	1	0	1	0	1
Casado/a	3	0	3	0	3	0	0
Pareja Hecho	1	0	1	0	1	0	0
Total	5	0	5	0	5	0	1

DETALLE PRODUCTOS



279

Total Clientes

7004

Total Compras Fruta

PRODUCTO SELECCIONADO

VINO

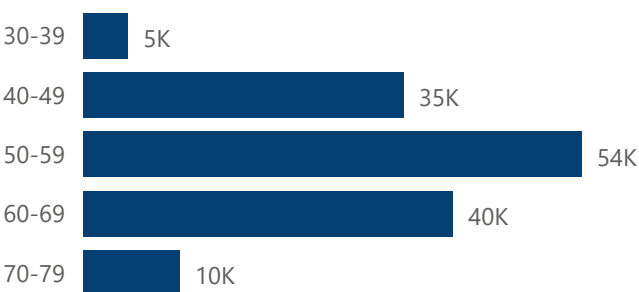
CARNE

PESCADO

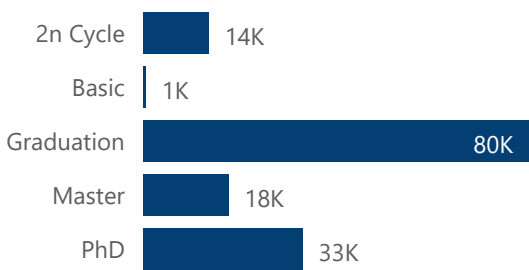
FRUTA

DULCES

Total compras por Edad



Total compras por Nivel Estudios



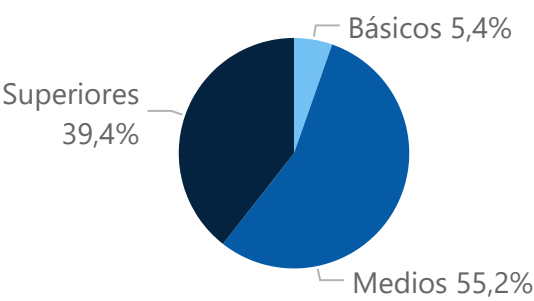
Clientes premium



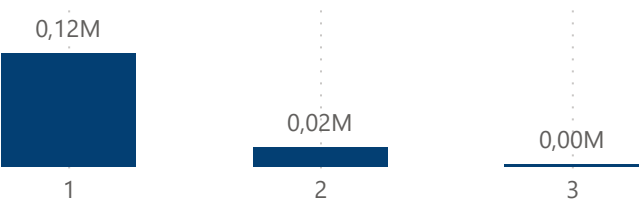
Clientes descuento



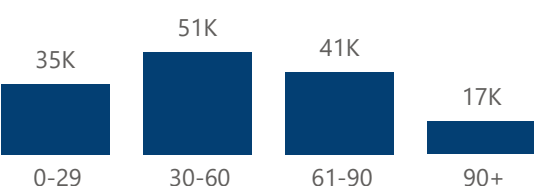
% Nivel Estudios Clientes



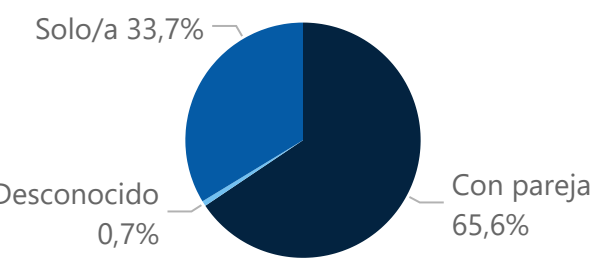
Total Compras por N° Hijos



Total Compras por Días Ult. Compra



% Clientes con Pareja



VER DETALLE

GLOBAL

CAMPAÑAS

Grupo_EstadoCivil	Total Clientes	Campaña1	Campaña2	Campaña3	Campaña4	Campaña5	Campaña Final
Divorciado/a	33	0	0	4	0	0	13
Soltero/a	51	0	0	5	4	0	13
Viúdo/a	10	0	0	0	2	1	4
Casado/a	104	2	1	7	4	2	21
Pareja Hecho	79	1	0	9	3	1	16
Otro	2	0	0	0	0	0	1
Total	279	3	1	25	13	4	68

ETL y PRESENTACIÓN de DATOS

DATOS DE PARTIDA:

Se aportan datos de aceptación de 5 campañas previas y una campaña Final basada en las mismas. La empresa vende 5 tipos de productos: pescado, carne, dulces, vino y frutas. Algunos de ellos los consideran productos "premium" (denominados "gold" en datos originales).

OBJETIVO:

El DH Marketing desea analizar los datos en base a las campañas y los productos para desarrollar un perfil de cliente objetivo para próximas campañas.

ETL:

Se parte de un archivo CSV que se transforma en una tabla de hechos (FACT_DatosMarketing) con Query Editor. En la transformación de esa tabla se realizan las siguientes acciones:

- Se corrigen fechas de nacimiento que parecen errores tipográficos o poco probables
- Se corrigen un dato de ingresos único y atípico (666666)
- Se sustituye en 24 registros de ingresos con valor null por el valor promedio de ingresos del resto de datos (51.976)
- Se crean columnas que reúnen los datos de campañas aceptadas, canal de venta o productos comprados para elaborar dimensiones a partir de ellas.

Se crea una tabla calendario mediante DAX. y una tabla para almacenar en ella todas las medidas elaboradas con DAX.

Se elabora un esquema relacional de tablas en Estrella a través de las siguientes dimensiones de análisis:

- DIM_Campañas (C1, C2, C3, C4, C5 y Campaña Final)
- DIM_Productos (vino, carne, pescado, fruta, dulces)
- DIM_Canal Venta (web, catálogo, tienda)
- DIM_Días Últ. Compra (agrupación por 0-29, 30 a 60, 61 a 90, +90)
- DIM_Edad (agrupación por 20-29,30-39,40-49,50-59,60-69,70-79,+80)
- DIM_Estado Civil (agrupación por Soltero/a, Casado/a, Pareja Hecho, Viúdo, Otro y además Con Pareja / Sin Pareja)
- DIM_Estudios (agrupación por nivel estudios básico, medio, alto)
- DIM_Ingresos (agrupación por nivel de ingresos Bajo (hasta 40.000), Medio (40.000 a 60.000), Alto (+60.000)
- DIM_Numero de Hijos (agrupación Con Hijos / Sin Hijos y por número de hijos 0,1,2,3)
- DIM_Número de Campañas Aceptadas (agrupación por 1,2,3,4)
- DIM_Quejas

PRESENTACIÓN de DATOS:

Se elaboran tres paneles de presentación de datos con botones de navegación entre ellos y un botón para restablecer todos los filtros:

- **GLOBAL:** Reune los principales datos generales e indicadores, ofreciéndose también datos promedio del perfil de cliente objetivo. Filtros sincronizados con el resto de paneles por año de alta en la empresa y número de hijos.
- **CAMPAÑAS:** Se analizan los datos de perfil de los clientes en base a las campañas aceptadas. Se filtra además por cada una de las Campañas mediante Bookmarks.
- **PRODUCTOS:** Se analizan los datos de perfil de los clientes en base a los tipos de productos comprados. Se filtra además por cada una de los Productos mediante Bookmarks.

Nota: Se han añadido comentarios a las acciones principales de cada tabla en Query Editor para facilitar su manejo y comprensión.