



Desafío Reservamos

Por: M.Sc. Mario Cantú

Sección de Datos de Reservamos

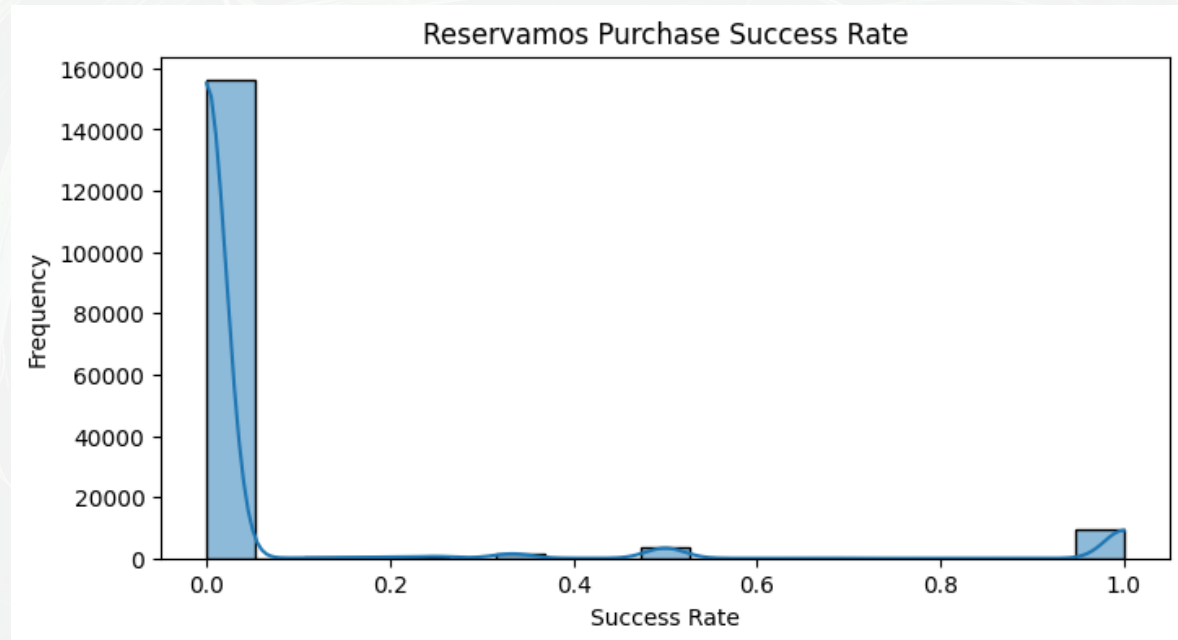
- Análisis de tasa de ventas realizadas
- Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo
- Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia

Análisis de tasa de ventas realizadas (1/3)

Lo primero que se analizó fue: de los intentos de compras que los usuarios hicieron, ¿qué porcentaje fueron completados con éxito?

Análisis de tasa de ventas realizadas (2/3)

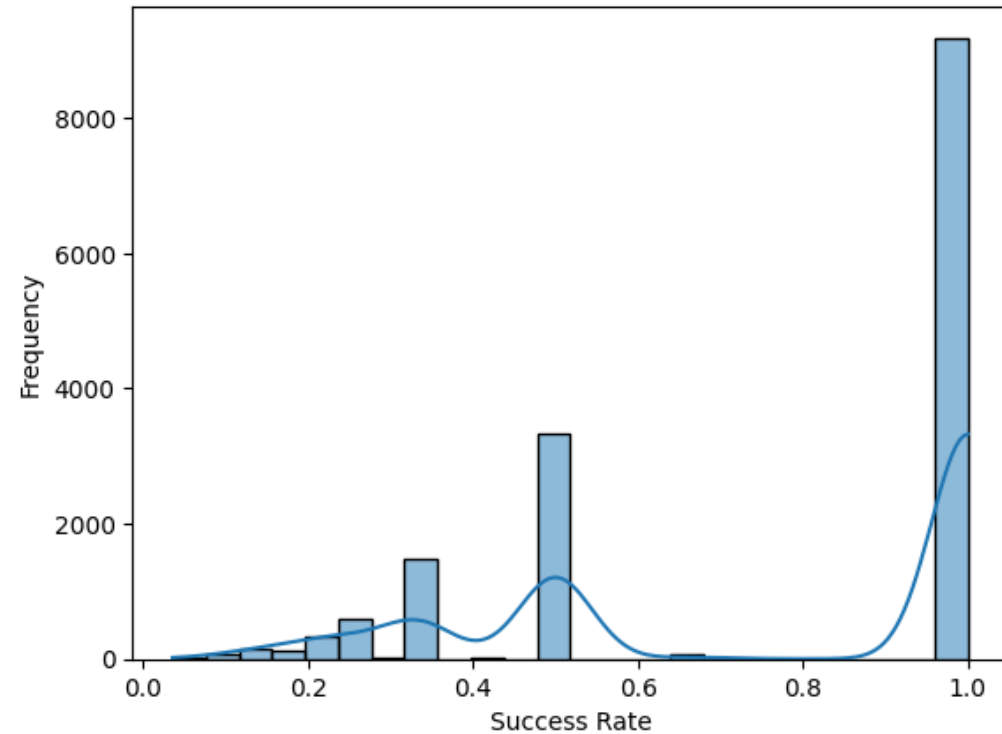
- Se encontró que en la inmensa mayoría de los casos, los usuarios no llegan a completar las compras.
- Se recomendaría técnicas de persuasión en la parte donde el usuario está por hacer la compra, como el método de escasez.



Análisis de tasa de ventas realizadas (3/3)

- Si eliminamos de la ecuación a los usuarios que no hacen ninguna compra en Reservamos, la mayoría tiene una tasa de 100 % de intentos vs compras.

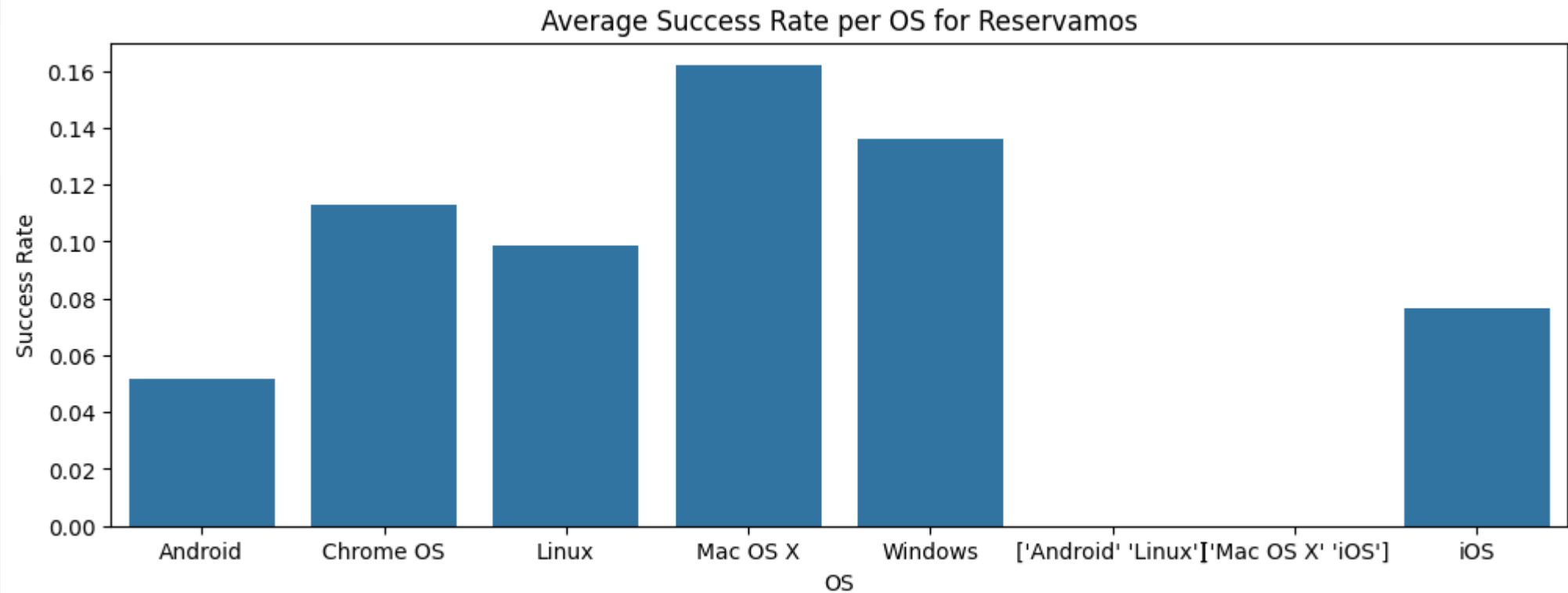
Reservamos Purchase Success Rate Without Those Who Didn't Do A Purchase



Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (1/3)

De las tasas de venta de cada uno de los usuarios, ¿en qué dispositivo se encuentra la mayor efectividad?

Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (2/3)



Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (3/3)

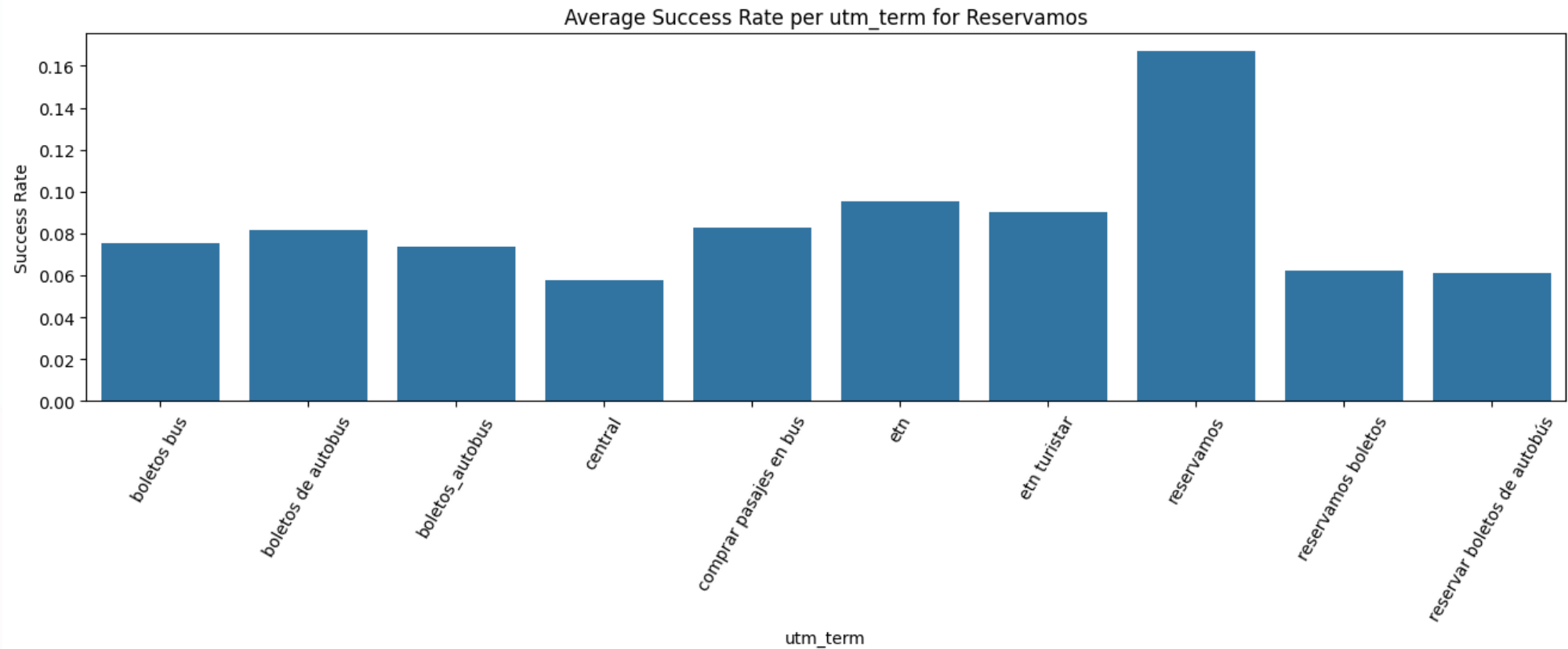
- Aquellos usuarios con Macs tienden a completar más sus intentos de venta.
- Aquellos con tasas más altas podrían asignárseles estrategias de mercadotecnia más agresivas.
- Aquellos con tasas más bajas habría que revisar su experiencia con la plataforma en ese tipo de dispositivos.

	OS	success_rate
0	Android	0.051825
1	Chrome OS	0.113139
2	Linux	0.098348
3	Mac OS X	0.161781
4	Windows	0.136181
5	['Android' 'Linux']	0.000000
6	['Mac OS X' 'iOS']	0.000000
7	iOS	0.076747

Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (1/3)

De las tasas de venta de cada uno de los usuarios, ¿cómo buscan
Reservamos aquellos usuarios que realizan más compras mediante el
utm_term?

Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (2/3)



Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (2/3)

- Aquellos usuarios que buscan exactamente la compañía Reservamos son los que tienden a tener una mayor tasa de compra.
- Esto puede indicar que la imagen de Reservamos como compañía de venta de boletos de autobuses está bien posicionada.

	utm_term	success_rate
0	boletos bus	0.075197
1	boletos de autobus	0.081640
2	boletos_autobus	0.073863
3	central	0.057698
4	comprar pasajes en bus	0.082852
5	etn	0.095173
6	etn turistar	0.089935
7	reservamos	0.167008
8	reservamos boletos	0.062022
9	reservar boletos de autobús	0.061029

Sección de Datos de Tenant

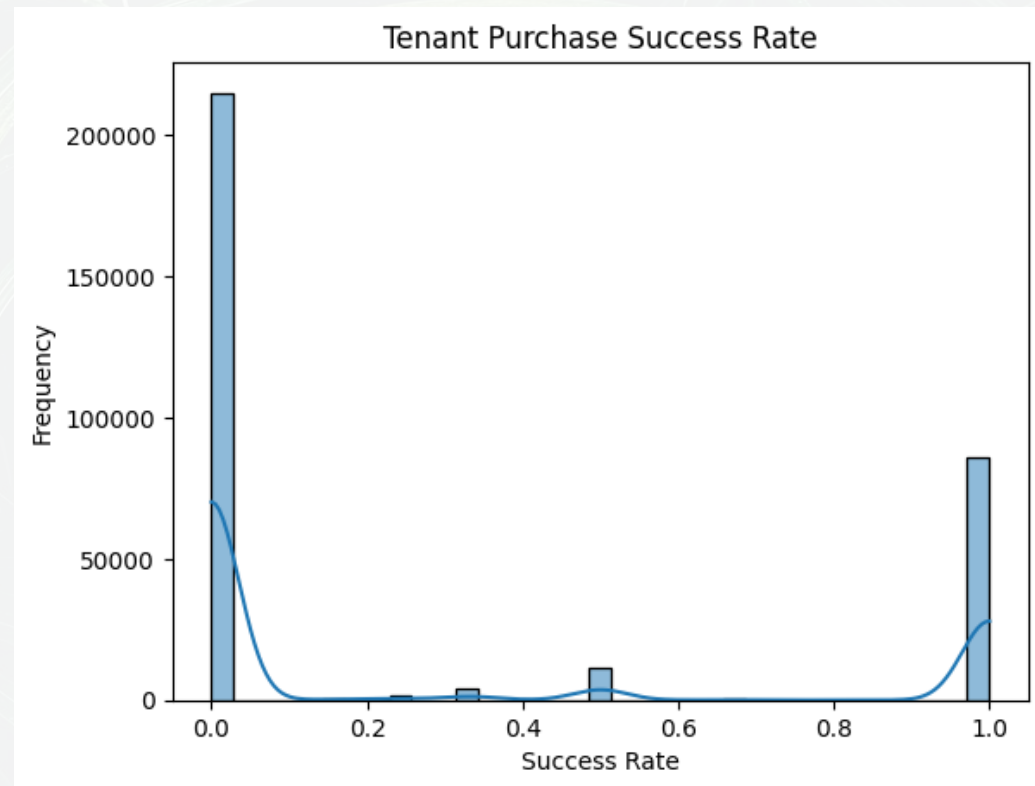
- Análisis de tasa de ventas realizadas
- Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo
- Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia

Análisis de tasa de ventas realizadas (1/3)

De los intentos de compras que los usuarios hicieron, ¿qué porcentaje fueron completados con éxito?

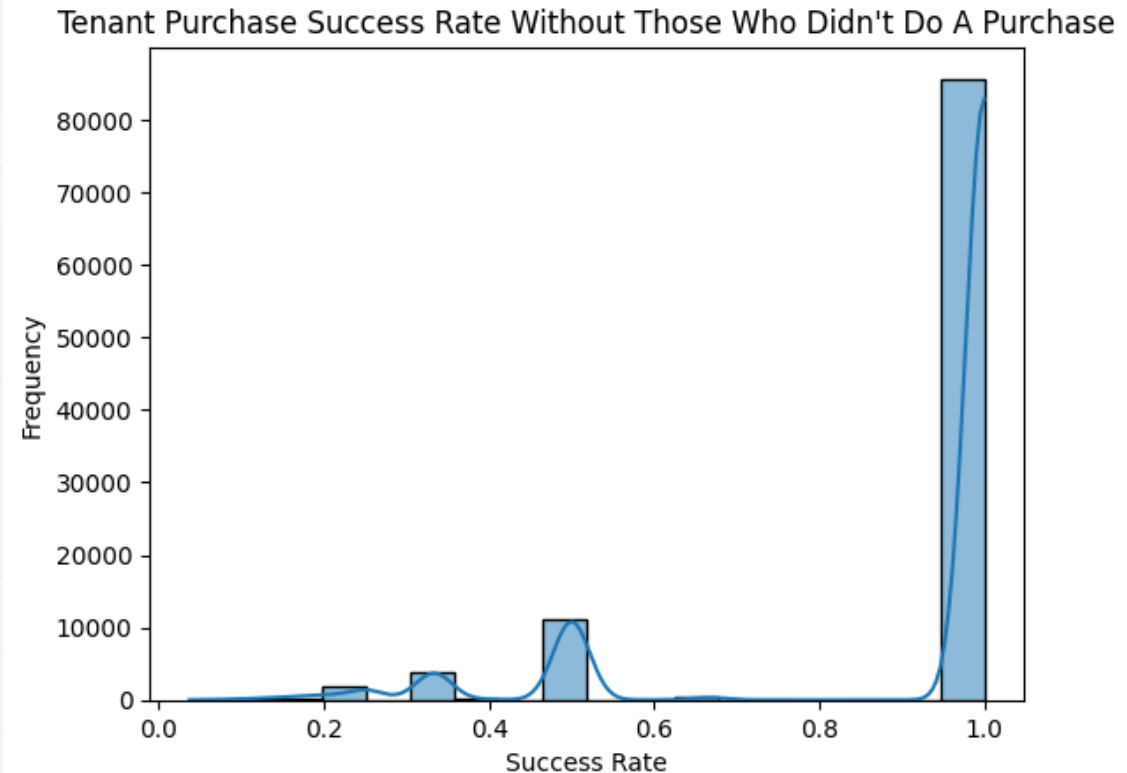
Análisis de tasa de ventas realizadas (2/3)

- En el caso de los servicios Tenant se encontró que no es tan desproporcional la diferencia entre los usuarios que sí completan un pago y los que no, a diferencia de Reservamos.



Análisis de tasa de ventas realizadas (3/3)

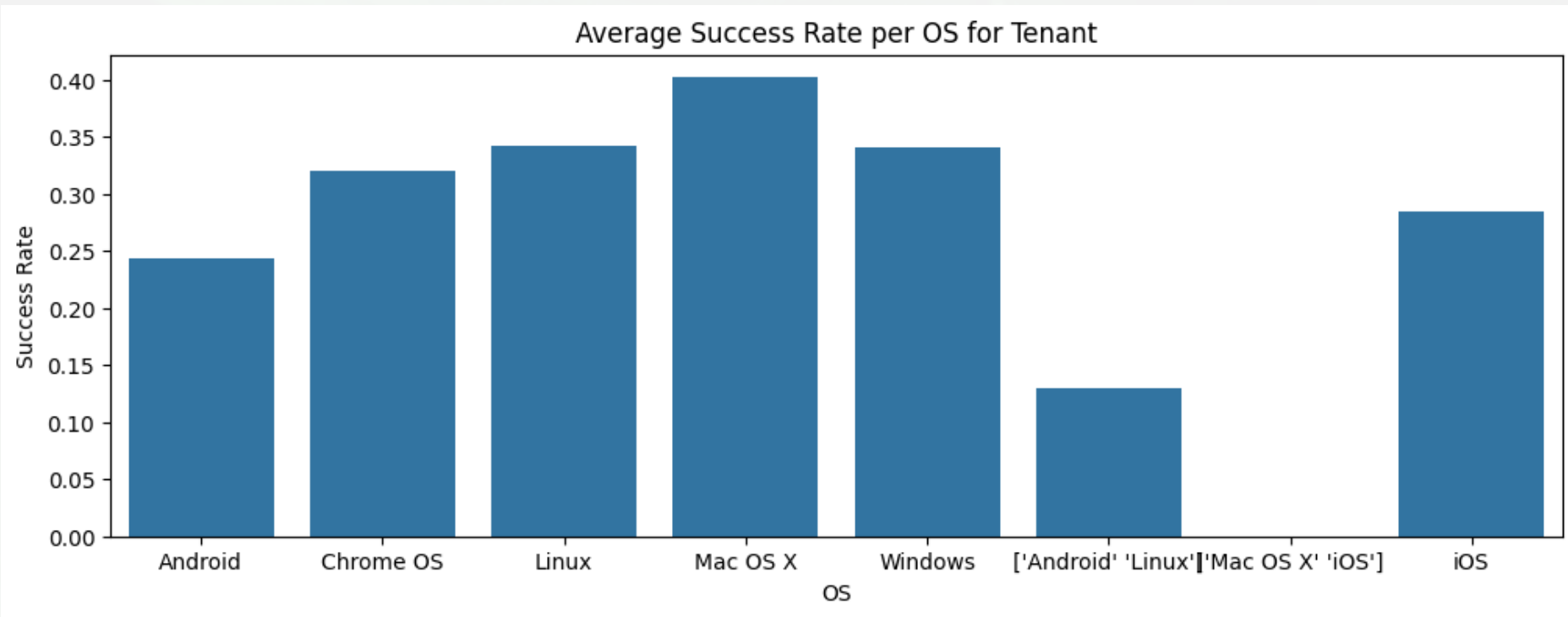
- Si eliminamos de la ecuación a los usuarios que no hacen ninguna compra en Tenant, hay más mayoría que tiene una tasa de 100 % de compras completadas en comparación a Reservamos.



Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (1/3)

De las tasas de venta de cada uno de los usuarios, ¿en qué dispositivo se encuentra la mayor efectividad?

Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (2/3)



Análisis de dispositivos por la tasa de ventas realizadas por Sistema Operativo (3/3)

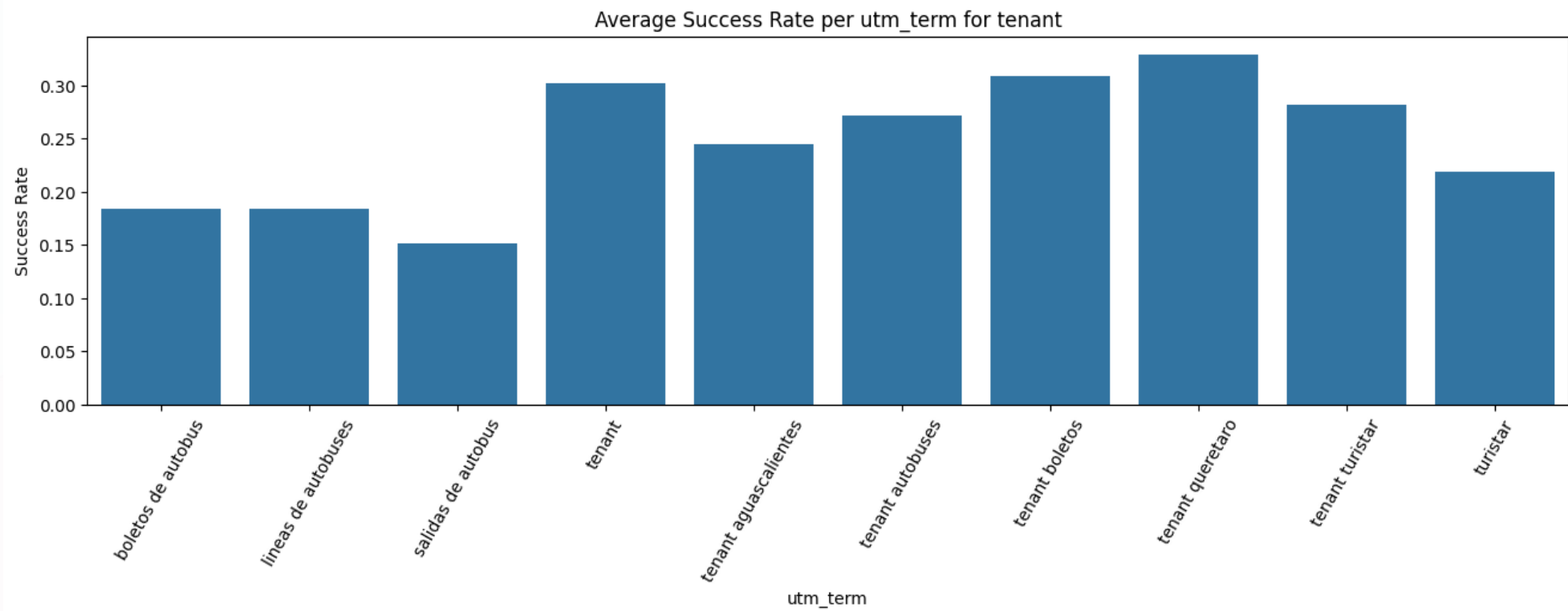
- Los datos duros indica una distribución similar a la de Reservamos, pero aquí se ve que la tasa de compras completadas es mucho mayor en todos los sistemas operativos.

	OS	success_rate
0	Android	0.243244
1	Chrome OS	0.320034
2	Linux	0.341407
3	Mac OS X	0.401745
4	Windows	0.340709
5	['Android' 'Linux']	0.130000
6	['Mac OS X' 'iOS']	0.000000
7	iOS	0.284527

Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (1/3)

De las tasas de venta de cada uno de los usuarios, ¿cómo buscan Tenant aquellos usuarios que realizan más compras mediante el `utm_term`?

Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (2/3)



Análisis de efectividad de la campaña de mercadotecnia (2/3)

- Aquellos usuarios que buscan exactamente la compañía Tenant o términos derivados son los que tienden a tener una mayor tasa de compra.
- Esto puede indicar lo mismo que la conclusión con Reservamos, que Tenant tiene una marca mejor posicionada incluso.

	utm_term	success_rate
0	boletos de autobus	0.184666
1	lineas de autobuses	0.184556
2	salidas de autobus	0.151209
3	tenant	0.301834
4	tenant aguascalientes	0.245022
5	tenant autobuses	0.271292
6	tenant boletos	0.308976
7	tenant queretaro	0.329290
8	tenant turistar	0.281569
9	turistar	0.219076

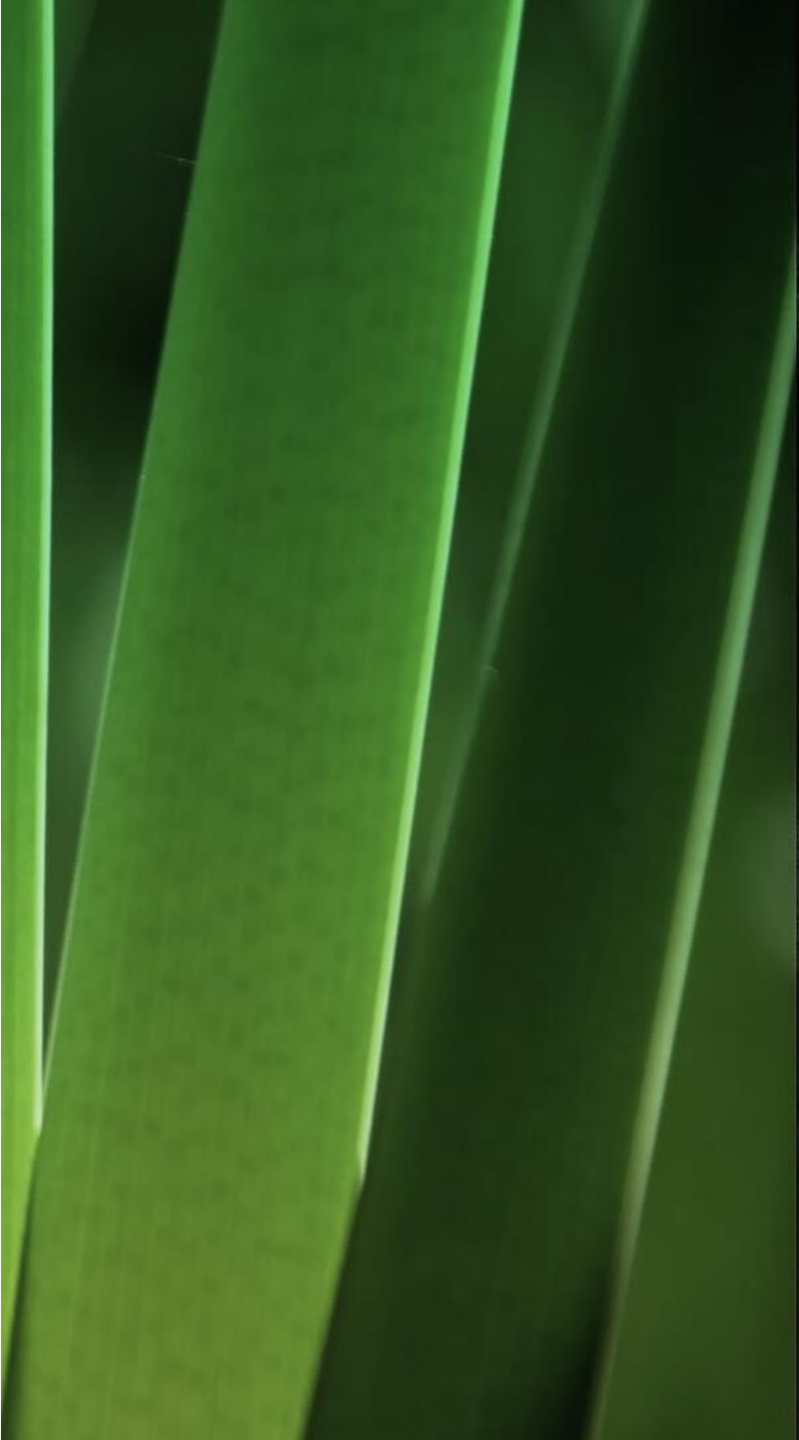
A close-up photograph of a green leaf, showing its veins and texture, positioned on the left side of the slide.

¡Gracias!

Mario Cantú

8130860870

mario.alan.16180@gmail.com

A close-up photograph of a green leaf, showing its veins and texture, positioned on the right side of the slide.