



# INSIGHTS



RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

# INTRODUCCIÓN

El análisis se realizó para entender las preferencias de métodos de pago por grupos de edad y cómo estos datos pueden ser utilizados para mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas.

# PRINCIPALES INSIGHTS DEL ANÁLISIS.

## PATRÓN DE COMPRA POR EDAD

Los clientes entre 30 y 40 años son los que más utilizan tarjetas de crédito, mientras que los clientes mayores de 50 años prefieren transferencias bancarias.

## FRECUENCIA DE USO DE MÉTODOS DE PAGO

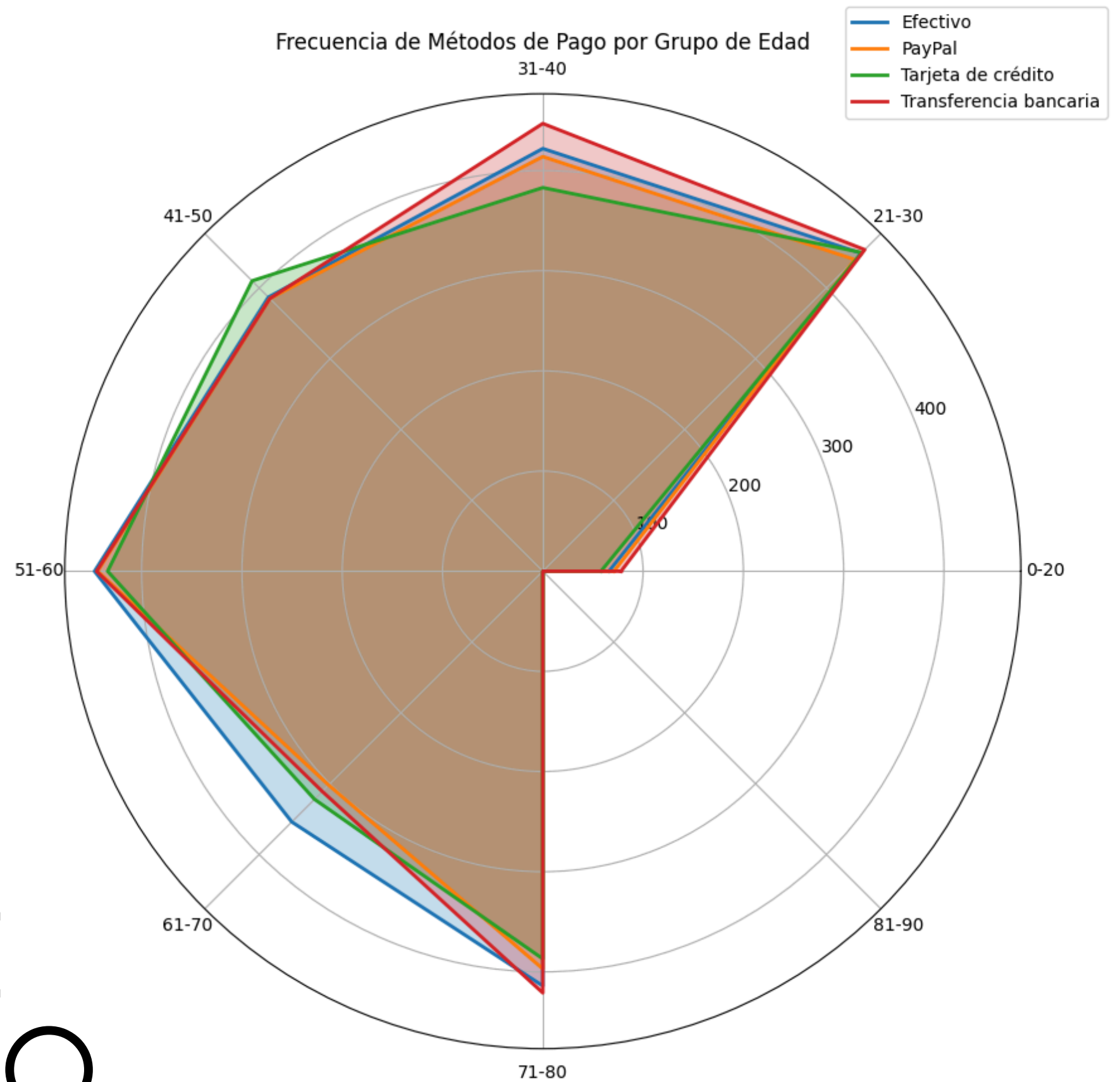
El método de pago más utilizado en general es la tarjeta de crédito, seguido del efectivo y transferencias bancarias, especialmente en clientes más jóvenes.

## PREFERENCIA DE PRODUCTOS POR GRUPO DE EDAD

Este insight permite ajustar el inventario y las campañas de marketing para enfocarse en productos relevantes para cada segmento de edad. Esto puede aumentar tanto las ventas como la satisfacción del cliente.

ESTE GRÁFICO  
MUESTRA LA  
FRECUENCIA DE  
USO DE CADA  
MÉTODO DE  
PAGO SEGÚN  
LOS GRUPOS DE  
EDAD

# DISTRIBUCIÓN DE MÉTODOS DE PAGO POR GRUPO DE EDAD



# DIFERENCIACIÓN DE LA COMPETENCIA

PERSONALIZACIÓN DE  
PROMOCIONES

MEJORA EN LA  
EXPERIENCIA DE PAGO

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES  
BASADOS EN MÉTODOS DE PAGO

# DECISIONES ESTRATÉGICAS PARA AUMENTAR VENTAS Y SATISFACCIÓN.

OFERTAS ESPECÍFICAS PARA MÉTODOS  
DE PAGO POPULARES

IMPLEMENTACIÓN DE MÉTODOS DE PAGO  
SEGÚN LA PREFERENCIA DE GRUPOS DE EDAD

PERSONALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y  
RECOMENDACIONES SEGÚN PATRONES  
DE COMPRA

# RESPUESTAS

¿CÓMO PODRÍAN LOS INSIGHTS OBTENIDOS AYUDAR A DIFERENCIARSE DE LA COMPETENCIA?

Los insights obtenidos del análisis de métodos de pago y patrones de compra por edad ofrecen una ventaja clave como la personalización. Si la empresa entiende qué grupos de edad prefieren ciertos métodos de pago

¿QUÉ DECISIONES ESTRATÉGICAS PODRÍAN TOMARSE BASÁNDOSE EN ESTE ANÁLISIS, PARA AUMENTAR LAS VENTAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE?

Usar los datos para crear campañas dirigidas específicamente a los segmentos más activos. Si, por ejemplo, los clientes entre 30-40 años utilizan más las tarjetas de crédito, la empresa podría lanzar promociones específicas para ellos.

# RESPUESTAS

¿CÓMO PODRÍA ESTE ANÁLISIS DE DATOS AYUDAR A LA EMPRESA A AHORRAR COSTOS O MEJORAR LA EFICIENCIA OPERATIVA?

Saber qué métodos de pago son más populares entre los clientes puede ayudar a reducir costos. Como cuando en ciertos métodos de pago resultan ser más económicos en términos de comisiones y procesamiento, la empresa podría impulsar su uso mediante incentivos.

¿QUÉ DATOS ADICIONALES RECOMENDARÍAN RECOPIJAR PARA OBTENER INSIGHTS AUN MÁS VALIOSOS EN EL FUTURO?

El tiempo que pasan los clientes en el sitio web antes de hacer una compra

Qué productos consultan antes de tomar una decisión

Estos datos pueden ayudar a mejorar la experiencia de usuario.