

02/agosto/2021

Miércoles: una oportunidad de venta

Hernandez Ballesteros Sacbec

Introducción: se analizaron dos bases de datos (e,v) que capturaron información de localización de dispositivos cuando se conectaban a la red wifi. Encontraremos una descripción sobre las características del comportamiento de los usuarios, también se harán propuestas que ayuden a construir perfiles y con ello se logre una segmentación específica. Se darán argumentos para sostener que el día más importante para la empresa es el miércoles por la tarde.

Desarrollo: el periodo de captura comprende del 01 octubre -al 31 noviembre, los 7 días de la semana, y durante las 24 horas los usuarios permanecen conectados.

Debido a que el total de registros no es igual al total de datos únicos, entonces hubo visitas repetidas por la misma persona.

Existen 3 sucursales en funcionamiento la #1 recibe más personas, mientras que la # 2 es la menos popular. Del total de registros únicos el 46.26% solo se conectaron una vez, lo que se convierte en un indicador clave en la reincidencia de nuestros clientes.

Debido al tráfico de los usuarios el horario más importante para la empresa es: [2, 3] pm, mientras que el segundo ocurre entre las [8, 9] am. Aunque la actividad disminuye por la madrugada, siempre hay personas haciendo uso del servicio. El tiempo de sesión promedio es de 39.63 minutos. El miércoles es el día en que los visitantes frecuentes consumen más nuestros servicios, por otro lado, el domingo y viernes son los días con los tiempos de sesión más bajos.

Lo que hace ser visitante a un visitante es su tiempo de sesión > 0 , pero también que no sea su única conexión a la red. Deben existir al menos dos sesiones para ser frecuente. No importa el día, el mes ni tampoco si es fin de semana.

El miércoles 4 de noviembre fue el día con mayor flujo de visitantes frecuentes, sin embargo, también hubo 7 días del mes en el que no hubo ninguna conexión.

Conclusión.

Dado que en noviembre se presenta el mayor flujo de conexiones se sugiere preparar el equipo para tener el mejor rendimiento y capacidad ante la alta demanda por los usuarios.

De un total de 339,556 registros existen 157,074 únicos que equivalen a personas distintas, entonces el 53.74% de los usuarios volvieron a usar el servicio después de la primera vez.

Como 1 de cada 4 personas no volvieron a usar nuestro servicio de wifi se sugiere la investigación de las causas con el fin de mejorar el producto.

Es importante analizar la preferencia de los usuarios por la sucursal #1 con el fin de replicarlo y aumentar el flujo en las demás estaciones, o corregir los defectos que ocasionan menor asistencia.