

Desafío - Segmentación

Contexto:

La empresa desea mejorar la efectividad de sus campañas de marketing segmentando a los usuarios de tarjetas de débito según sus patrones de gasto en distintos comercios. La segmentación permitirá personalizar las ofertas y promociones, aumentando la satisfacción del cliente y el uso de la tarjeta.

Objetivo:

Desarrollar un modelo de segmentación que agrupe a los usuarios de tarjetas de débito según sus comportamientos de gasto en diferentes tipos de comercios. Este modelo ayudará a la empresa a identificar segmentos clave y a diseñar campañas de marketing específicas para cada grupo.

Datos:

Se proporciona un conjunto de datos históricos de clientes incluyendo información demográfica, datos de cuenta e información transaccional.

El dataset entregado viene con variables ya construidas para un potencial modelo. Dentro de las variables transaccionales se tienen cuatro tipos: compras (*purchases*), retiros (*withdrawals*), transferencias (*transfers*) y entradas (*inflow*). Se incluye data correspondiente a 3 meses.

En la siguiente tabla se muestra la descripción de variables específicas para una mayor comprensión.

Nombre variable	Descripción
<i>total_tickets_</i>	Cantidad total de tickets en los últimos 3 meses
<i>avg_amount_</i>	Monto promedio por ticket para los últimos 3 meses
<i>avg_[trx_type]_per_week</i>	Transacciones semanales promedio
<i>instore_transaction_count</i>	Cantidad de transacciones en tienda, en los últimos 3 meses
<i>avg_days_between_transactions_</i>	Cantidad de días promedio entre transacciones
<i>first/last_transaction_date_</i>	Fecha de primera/ultima transacción

Etapas a considerar:

1. Análisis Exploratorio de Datos
2. Preparación de datos y selección de variables
3. Desarrollo y evaluación del o los modelos
4. Interpretación y presentación de resultados (seleccionar solo un modelo)
5. Responder preguntas (detalladas en la siguiente sección)

Preguntas:

1. ¿Qué insights relevantes obtuviste del EDA?
2. ¿Cuál fue el método de selección de variables? ¿Por qué ciertas variables fueron seleccionadas? ¿cómo se podría ligar esto a las necesidades de negocio?
3. ¿Qué métricas utilizaste para determinar la calidad de los segmentos? ¿cuál fue el resultado?
4. ¿Cuáles fueron las características principales de cada segmento y por qué estos serían útiles para la problemática?
5. ¿Qué recomendaciones proporcionarías para las campañas de marketing basándote en los segmentos identificados?
6. ¿Cómo determinarías si el método de segmentación elegido realmente responde a las necesidades del negocio? Explica los pasos específicos que seguirías para vincular los resultados de la segmentación con los objetivos de marketing de la empresa.

Preguntas adicionales:

1. ¿Qué metodología o métricas implementarías para monitorear el comportamiento de cada segmento en el tiempo y garantizar que siguen siendo relevantes para los objetivos de la empresa?
2. ¿Cómo diseñarías una estrategia de pruebas A/B para evaluar la efectividad de campañas dirigidas a cada segmento, y qué métricas emplearías para medir el éxito?

Entregables:

- Notebook autocontenido con el desarrollo del desafío y la respuesta de las preguntas

- Presentación con el resumen del desarrollo y descubrimiento principales, la cual será mostrada en la entrevista. Esta deberá contener un máximo de 5 diapositivas.

Plazo:

El/la candidata/a tendrá 1 semana para realizar la entrega del desafío desde el envío.