

ecológico, económico y seguro

CERTIFICACIÓN

ENTRENAMIENTO DATA SCIENCE & MACHINE LEARNING

PROYECTO FINAL

CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS Y DEMOGRÁFICAS DE LOS CLIENTES NATGAS

EQUIPO ORIGINACIÓN

1 Diciembre 2020

MIEMBROS DEL EQUIPO



Bernardo Laing
TI
Full Stack Developer
Certificación



Aldo Rodrigo Rivera
TI
Full Stack Developer
Certificación



Brenda Flores
NatDev
Ingeniero de Software
Certificación



Fernanda Montoya
Marketing
Especialista MKT Offline
Oyente

PREGUNTA DEL NEGOCIO

¿Cuáles son las características socioeconómicas y demográficas que comparten los Clientes Natgas de cada uno de los segmentos?

JUSTIFICACIÓN

Un segmento de mercado está formado por un grupo de consumidores que comparten una serie de necesidades, mismas que los diferencian de otros segmentos. Por lo mismo, responderán del mismo modo o de una forma muy similar a las acciones de marketing o de cualquier estímulo o acción comercial que se realice.

Si nos queremos diferenciar en un entorno tan competitivo como en el que vivimos, Natgas debe de conocer perfectamente a su nicho de mercado para poder ofrecer propuestas adaptadas a sus necesidades.



BASES DE DATOS

- Orígenes
- Poseidón
- Impúlsate

VARIABLES

- Variables demográficas:
 - ✓ edad, género
- Variables geográficas:
 - ✓ Estado y Municipio
- Variables socioeconómicas:
 - ✓ Rol con el vehículo (Poseidón)
 - ✓ Estado civil (Impúlsate)
 - ✓ Hijos (Impúlsate)
 - ✓ Ingreso mensual (Impúlsate)
- Antigüedad con Natgas (fecha de conversión)
- No. de unidades convertidas
- Consumo mensual
- Categoría Natgas (Socio, Oro, Plata, Cliente)

APLICACIÓN PARA EL NEGOCIO

- a. ¿Cuáles son las principales necesidades de cada segmento?
- b. ¿Qué canal de comunicación es mejor para llegar a cada segmento?
- c. ¿Qué tipo de publicidad es mejor para cada segmento?
- d. ¿Qué promoción es mejor o más atractiva para cada segmento?
- e. ¿Qué productos Impúlsate podemos ofrecer a cada uno de los segmentos?
- f. ¿Qué tipo de beneficio es mejor para cada segmento en el Programa de Referidos?
- g. ¿Qué medio es mejor para hacer campañas de re-marketing para cada segmento?