***PROYECTO Cyclist***

***Objetivo:***

*\* Maximizar la cantidad de membresías anuales.*

*\* Convertir ciclistas ocasionales en miembros anuales.*

**Tarea empresarial**

Analizar en que difieren los ciclistas ocasionales y los miembros de Cyclistic para identificar oportunidades las cuales permitan maximizar el número de miembros anuales. El objetivo final es desarrollar estrategias basadas en datos que nos permitan convertir a los ciclistas ocasionales en miembros de Cyclistic maximizando la rentabilidad y el crecimiento de la empresa.

***Factores claves para analizar:***

* Frecuencia de uso.
* Días y horarios.
* Estaciones de inicio y fin.
* Duración de los viajes.
* Motivos de uso

***Interesados:***

* *Lily Moreno( Directora de marketing y gerente), responsable del desarrollo de campañas e iniciativas para promover el programa de bicicletas compartidas.*
* *Equipo ejecutivo de Cyclistic.*
* *Equipo de analistas de datos.*

***Descripción de fuentes de datos utilizadas.***

***\* Frecuencia de uso:*** *Puedo saber que tan comprometidos están los clientes.*

***\* Conocer las rutas de los clientes*** *puede ayudar a desarrollar estrategias de marketing basadas en los lugares en donde hay más uso de las bicicletas.*

***\*Días y horarios:*** *Saber momentos de mayor demanda. Esto serviría para desarrollar oportunidades de marketing, campañas, promociones en los horarios de más alta demanda.*

***\*Duración de los viajes:*** *Puede reflejar el nivel de compromiso y satisfacción del usuario. Podría investigar que motiva a los usuarios a usar por más o menos tiempo las bicicletas de la empresa.*

***\* Tipo de bici más usada:*** *Al saber esto podría desarrollar estrategias de marketing para promocionar o poner más énfasis en ese tipo de bicicletas.*