

/01



caso práctico:
**¿Cómo lograr el éxito
rápido de un negocio de
bicicletas compartidas?**

CONTENIDO

Introducción

Cifras

Aspectos destacados

Recomendaciones



/02

/03

INTRODUCCIÓN

Pregunta

Qué diferencias existen en el uso de las bicicletas Cyclistic entre los ciclistas ocasionales y los miembros anuales.

Objetivo

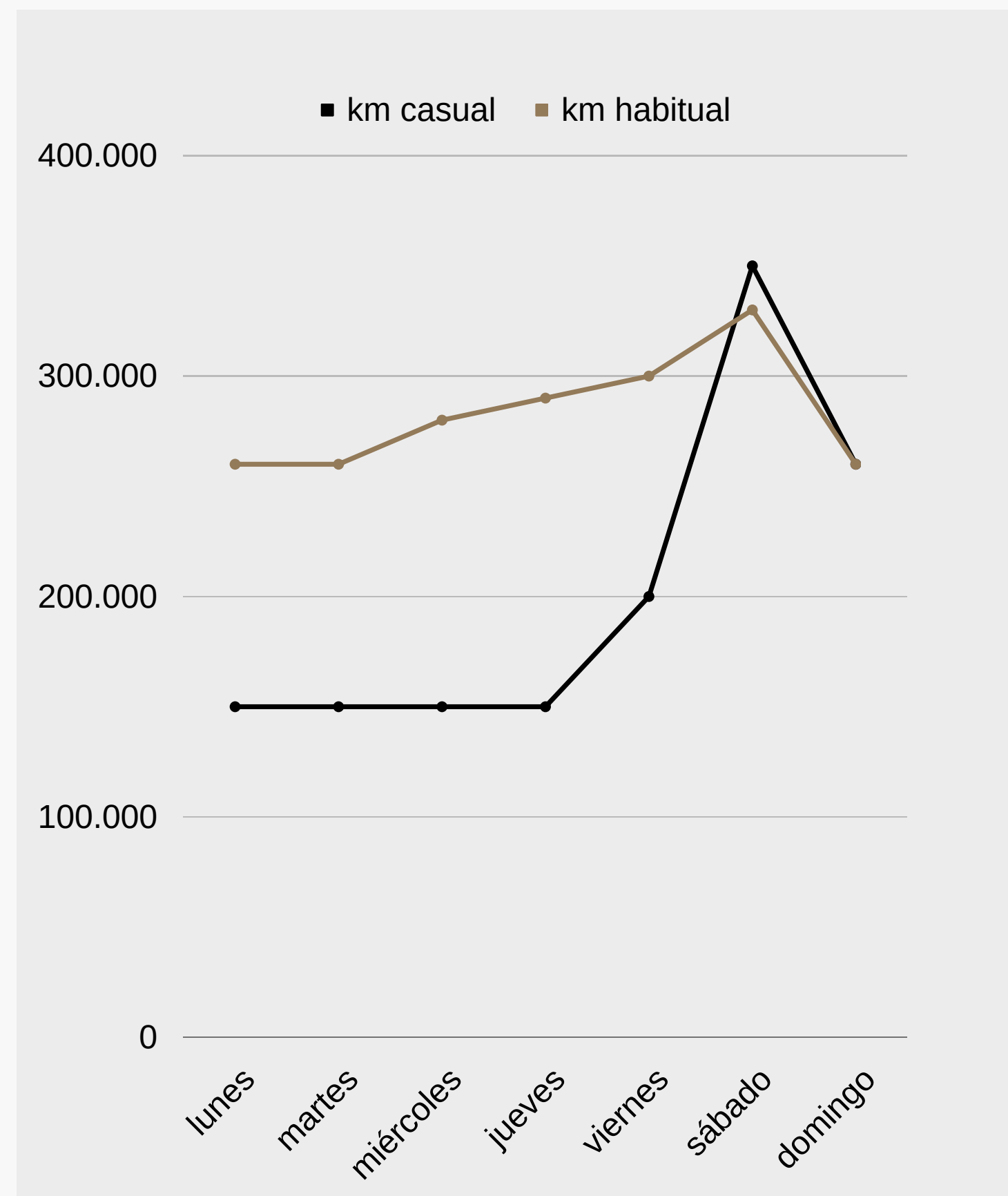
Diseñar una nueva estrategia de marketing para convertir a los ciclistas ocasionales en miembros anuales.



/04



Cifras



/05

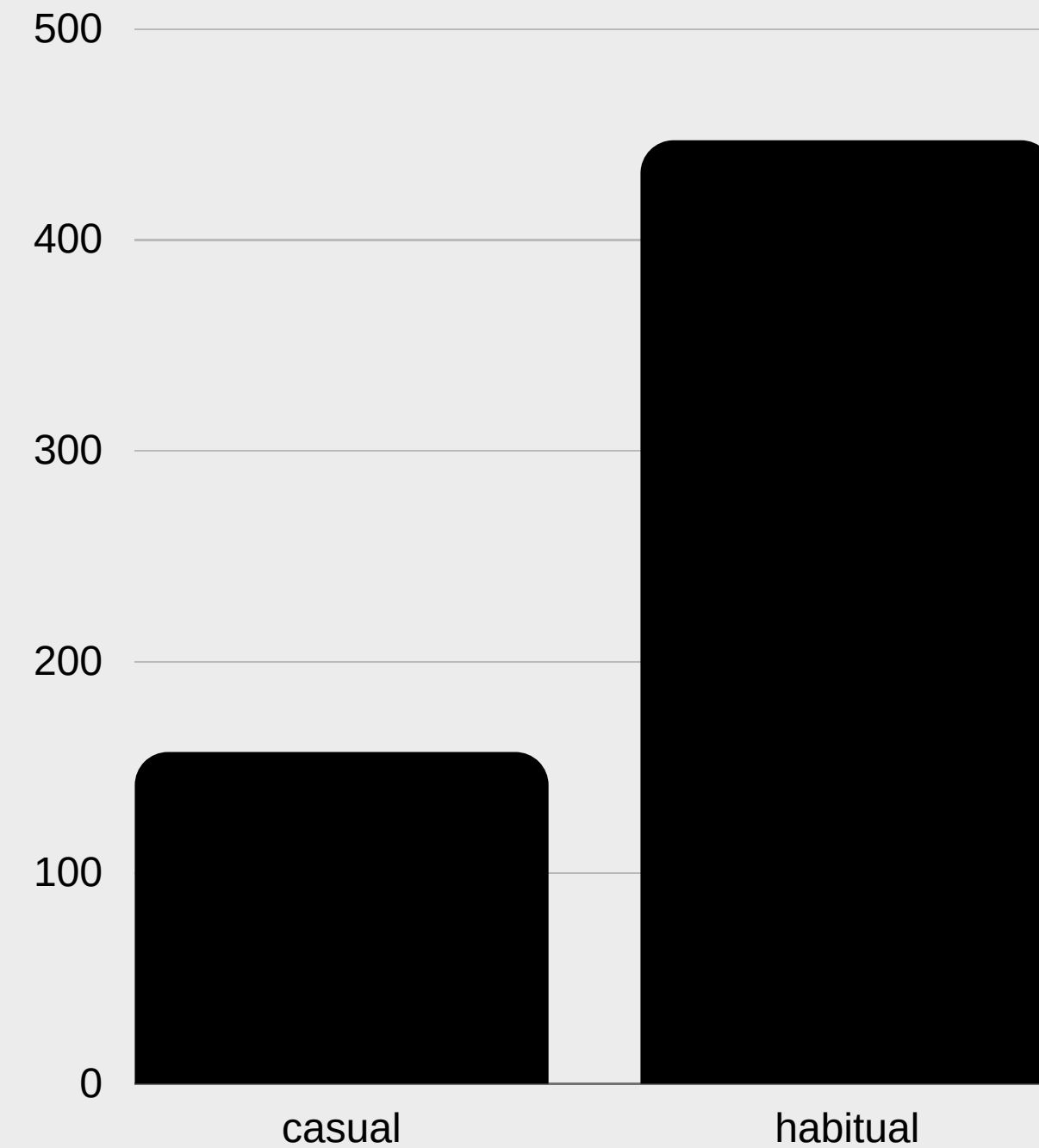
42 %

—

**Usuarios sin suscripción
anual (uso casual)**

Duración de los trayectos (minutos, promedio)

/06



1 Usuarios casuales : menos recorridos, pero más largos

Los usuarios casuales toman la bicicleta un 16% menos de veces que los usuarios habituales, pero sus recorridos son 3 veces más largos de media.

2 Usuarios casuales: ocio

Hacen uso de la bicicleta sobre todo fines de semana (1,8 veces más que los clientes habituales) y en temporada estival, lo que conlleva a la conclusión de que la emplean por ocio.

3 Pico de uso en usuarios casuales

Los meses de Junio, Julio y Febrero

Aspectos destacados

/07

/08

RECOMENDACIONES



1 / Paquetes estacionales

Cuota trimestral en vez de anual. Fomenta la inscripción de clientes casuales, por ejemplo quienes la usan solo en temporada estival.

2 / Precio por tiempo empleado

El precio por km recorrido disminuye al aumentar el número de kms. Así se incita al usuario a hacer más uso de la bicicleta.

3 / Branded content

Generar pasión por la marca a través de eventos.

/09

Contacto



**Ana Dominguez
Valenzuela**

Perfil LinkedIn

linkedin.com/in/ana-dominguez-valenzuela



Repositorio GitHub

[anadova/Google-Data-analytics-certificate-portfolio](https://github.com/anadova/Google-Data-analytics-certificate-portfolio)



**¡Muchas
gracias!**

/10