

Esta clase va a ser
● grabada

Módulo 8

Funciones avanzadas en Tableau

Temario



M7

Funciones estadísticas en Tableau

- Medidas de posición
- Campos calculados
- Líneas de referencia
- Histogramas

M8

Funciones avanzadas en Tableau

- Funciones LOD
- Parámetros
- Segmentación RFM

M9

Modelado de datos

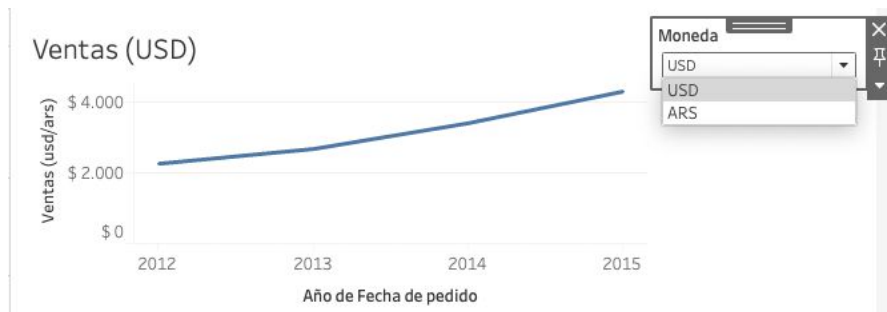
- Modelado dimensional
- Relaciones físicas y lógicas
- Data blending

Parámetros

Parámetros

Permiten interactuar con los componentes de un tablero de manera dinámica, de diversas formas:

- Filtros dinámicos
- Cambio de dimensiones o medidas
- Cálculos personalizados
- Escenarios hipotéticos



Parámetros

Los parámetros se pueden utilizar como dimensión o métrica en nuestros tableros, para interactuar con ellos de manera dinámica.

- Pueden tener cualquier tipo de dato (texto, número, etc.).
- Pueden aceptar valores libres o predefinidos en una lista.

Editar parámetro [Moneda] ✕

Nombre
Moneda

Propiedades

Tipo de datos
Cadena ▼

Mostrar formato
USD ▼

Valor actual
USD ▼

Valor cuando se abre el libro de trabajo
Valor actual ▼

Valores permitidos
☐ Todos ☒ Lista ☐ Intervalo

Valor	Se visualiza como
USD	USD
ARS	ARS
Hacer clic para añadir	

☒ Fijo
☐ Cuando se abre el libro de trabajo

Añadir valores desde ▼

Eliminar seleccionados

Cancelar

Aceptar

Funciones LOD

Funciones Level of Detail (LOD)

Permiten realizar cálculos que no se pueden lograr con las funciones de agregación estándar

- Una función de agregación siempre sumaliza los datos en base a las dimensiones que forman parte del gráfico
- Una función LOD permite especificar el detalle de manera personalizada, ignorando las dimensiones del gráfico

Funciones Level of Detail (LOD) - FIXED

- **FIXED** es una de las funciones LOD más utilizadas.
- Nos permite especificar el nivel de detalle de los datos ignorando cualquier filtro, dimensión o contexto de la visualización actual

LOD expression returns

Segment	Per Segment Sales
Consumer	1,161,401
Corporate	706,146
Home Office	429,653

Dimension(s) in the sheet

Segment	Category
Consumer	Furniture
	Office Supplies
	Technology
Corporate	Furniture
	Office Supplies
	Technology
Home Office	Furniture
	Office Supplies
	Technology

Result

Per Segment Sales	Category	Segment
1,161,401	Furniture	Consumer
1,161,401	Office Supplies	
1,161,401	Technology	
706,146	Furniture	Corporate
706,146	Office Supplies	
706,146	Technology	
429,653	Furniture	Home Office
429,653	Office Supplies	
429,653	Technology	

Replication

Caso práctico

Caso práctico

- Se quiere empezar a identificar a los **clientes más valiosos** de la organización para empezar a **personalizar** la propuesta de valor
- Algunos parámetros para identificarlos pueden ser su frecuencia de compra, los días desde su última compra y el valor total de dichas compras.
- Teniendo en cuenta lo anterior nos proponen hacer una **segmentación RFM**

Segmentación RFM

Está basada en 3 parámetros:

- **Recency:** ¿Cuán recientemente el cliente realizó una transacción?

HOY - MAX([FECHA])

- **Frequency:** ¿Cuán seguido compra el cliente?

CONTAR([ID_OPERACION])

Monetary value: ¿Cuánto gastan nuestros clientes cuando compran?

SUMA([IMPORTE])

Segmentación RFM

Una vez calculados los parámetros de cada cliente, le vamos a asignar un puntaje a cada uno:

Ejemplo:

- Los clientes con menos de 3 pagos tienen un F-score de 3
- Los clientes con entre 3 y 5 pagos tienen un F-score de 2
- Los clientes con más de 5 pagos tienen un F-score de 1

ID Cliente	R	F	M
1001	30	1	\$ 800
1002	45	8	\$ 10.000
1003	180	2	\$ 1.000

Segmentación RFM

Una vez calculados los scores de cada dimensión, podemos visualizarlos en una matriz para su fácil identificación:

R	F	M			
		1	2	3	
1	1				Clientes Activos
	2				
	3				
2	1				Clientes en riesgo
	2				
	3				
3	1				Clientes perdidos.
	2				
	3				

Resolución

R-Score

Fecha de ultima compra



```
{ FIXED [ID de cliente]: MAX([Fecha pedido corr]) }
```

Recencia



```
MAKEDATE(2023,12,31)-[Fecha de ultima compra]
```

R-Score



```
IF [Recencia] < 60 THEN 1  
ELSEIF [Recencia] < 120 THEN 2  
ELSE 3 END
```


F-Score

×

```
{ FIXED [ID de cliente]: COUNTD([ID de pedido])}
```

×

```
IF [Frecuencia] < 2 THEN 3  
ELSEIF [Frecuencia] < 3 THEN 2  
ELSE 1 END
```

M-Score

Valor monetario










```
{ FIXED [ID de cliente]: sum([Ventas])}
```

M-Score



```
IF [Valor monetario] < 1000 THEN 3  
ELSEIF [Valor monetario] < 2000 THEN 2  
ELSE 1 END
```

Matriz RFM

Páginas	iii Columnas	M-Score
Filtros	iii Filas	R-Score F-Score
Marcas	Matriz RFM	
<input type="checkbox"/> Cuadrado	R-Score	F-Score
 Color		M-Score
 Tamaño		1 2 3
 Etiqueta		
 Detalle		
 Descripción emergente		
 RECDIST(ID de..		
 RECDIST(ID de..		

R-Score	F-Score	1	2	3
1	1	182	172	191
	2	61	109	363
	3	47	90	866
2	1	100	104	128
	2	66	79	262
	3	32	68	747
3	1	351	326	415
	2	340	534	1.653
	3	435	914	8.780

¿Preguntas?

Resumen de la clase de hoy

- Conocimos los parámetros y vimos cómo utilizarlos para realizar análisis más dinámicos
- Conocimos cómo las funciones LOD nos ayudan fijar el nivel de detalle de una métrica
- Utilizamos las funciones LOD para realizar una segmentación RFM de clientes.



**Recuerden realizar la
práctica de la clase**

¡Gracias!