

Modelación y Mejora de Procesos

Clase1

David Moreno

August 12, 2023

0.1 Introducción a la optimización

En Analytics hay 3 fuentes principales, el qué paso el qué va a pasar y el cómo hago para que algo pase? Si definimos las tres categorías las vemos así. Los datos que tenemos que nos dicen: Estadística descriptiva, el que va a pasar nos lo dice los modelos descriptivos y el Cómo hago para que algo pase? Digamos que la acción es el proceso de la optimización.

Marketing mix: En los últimos meses, una compañía ha notado una caída en la participación de mercado de su producto líder por lo que ha tomado la decisión de cambiar su estrategia de mercadeo. Desde las directivas de la compañía se ha decidido destinar un presupuesto mayor en el área de publicidad con el objetivo de aumentar las ventas.

De acuerdo a las estimaciones de la compañía los dos canales de publicidad que generan mayor incremento en ventas son los anuncios publicitarios televisivos y FacebookAds, el incremento seña de 2 M.

El tiempo disponible en televisión es de 360 Segundos por mes debido a la disponibilidad de la televisora y las estimaciones del alcance máximo de los anuncios de Facebook es de 6000 clicks por mes debido a la segmentación realizada.

El presupuesto con el que cuenta la compañía es de 15 m. El costo asociado a la compra de 30 segundos de tiempo televisivo corresponde a 1m y el costo asociado a 500 clicks en FacebookAds corresponde a 1M.

Además, en línea con sus objetivos estratégicos, se ha establecido que por lo menos el 40 por ciento de la inversión en esta nueva estrategia debe hacerse en Facebook Ads.

Entonces cuánto debería invertir mensualmente la compañía en cada uno de los canales para obtener los mejores resultados en ventas?