



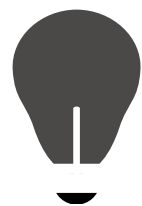
ECOMM



ECOMM

Chrun Data Análisis

¿Cómo afecta la desuscripción de un usuario a nuestro negocio?



Ingresos

La desafiliación de usuarios reduce directamente los ingresos recurrentes de la empresa, especialmente si el modelo de negocio se basa en suscripciones.



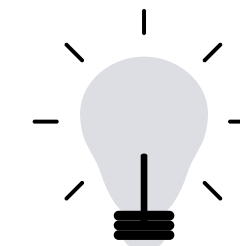
Rentabilidad

La pérdida de clientes puede afectar la rentabilidad especialmente si los costos fijos no pueden ser ajustados para adaptarse a los ingresos reducidos.



Reputación

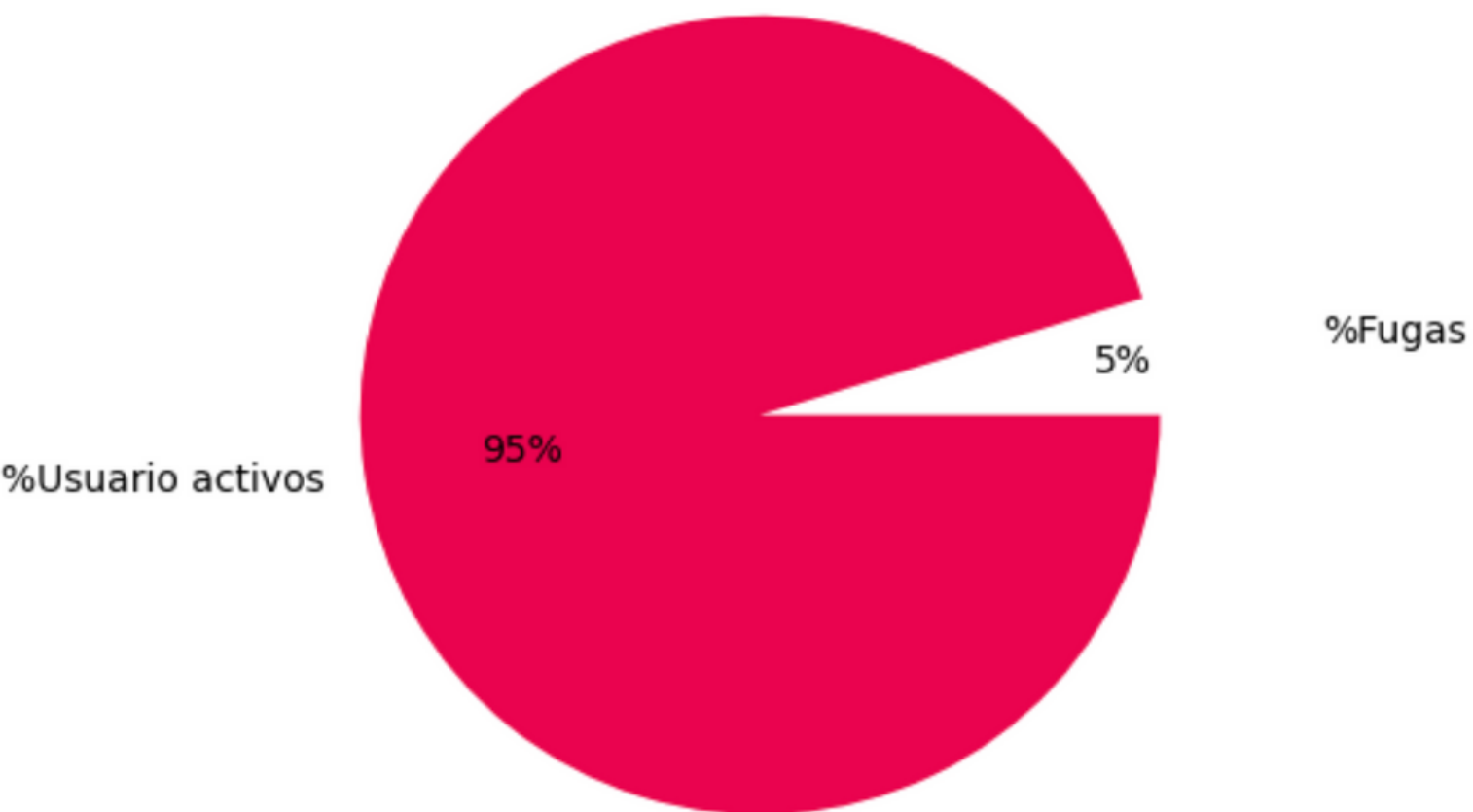
Los clientes que se van pueden compartir sus experiencias negativas con otros potenciales clientes, lo que puede evitar su suscripción en el futuro.



Competitividad

Si se experimenta una alta tasa de desafiliación mientras sus competidores retienen a sus clientes, puede perder participación en el mercado y verse superada por la competencia.

Análisis preliminar del caso



Índice de satisfacción: A mayor IS tenemos como hipótesis que es menos probable que el cliente se desuscriba de nuestro producto



Variación de IS: Si la variación del índice de satisfacción disminuye, es más probable que el cliente elija desuscribirse.



Var. Uso del Servicio: Si la variabilidad del uso de servicio es negativa, entendemos que el cliente lo uso menos respecto al mes pasado y si esta tendencia se mantiene en el tiempo, es más probable que se desuscriba de nuestro producto.

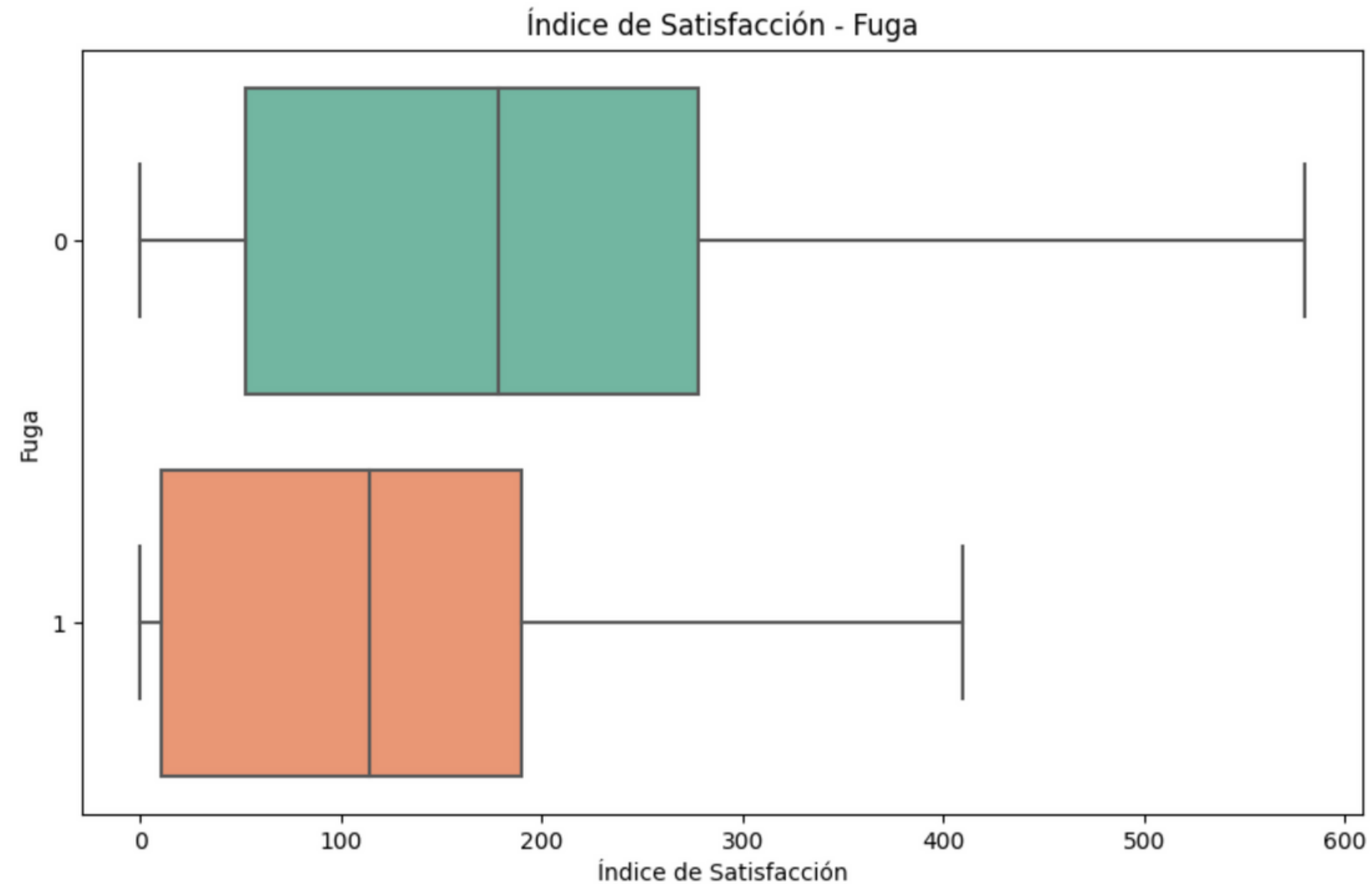


Prioridad de soporte y Var. Nro. de casos de soporte: Entendemos que si el número de casos de soporte aumenta junto con una prioridad alta, el usuario está teniendo problemas con la plataforma y es probable que si esto se mantiene en el tiempo, se desuscriba de nuestro producto

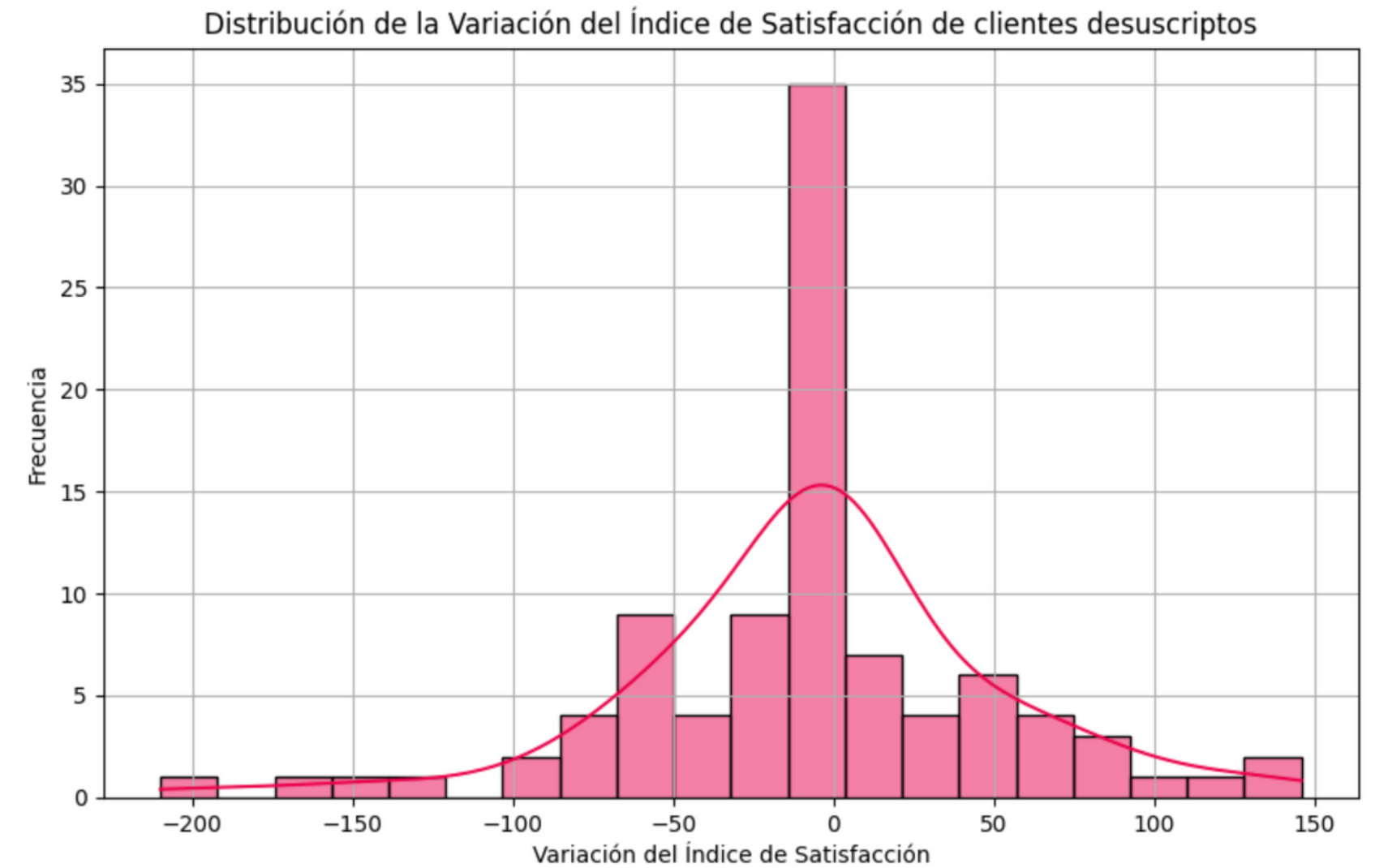


Var Exposición del producto al cliente: Tomamos como hipótesis que si el producto no llega a un usuario final a través de la plataforma, el cliente no va a ver ventaja en utilizar ECOMM y es probable que se desuscriba

Índice de satisfacción

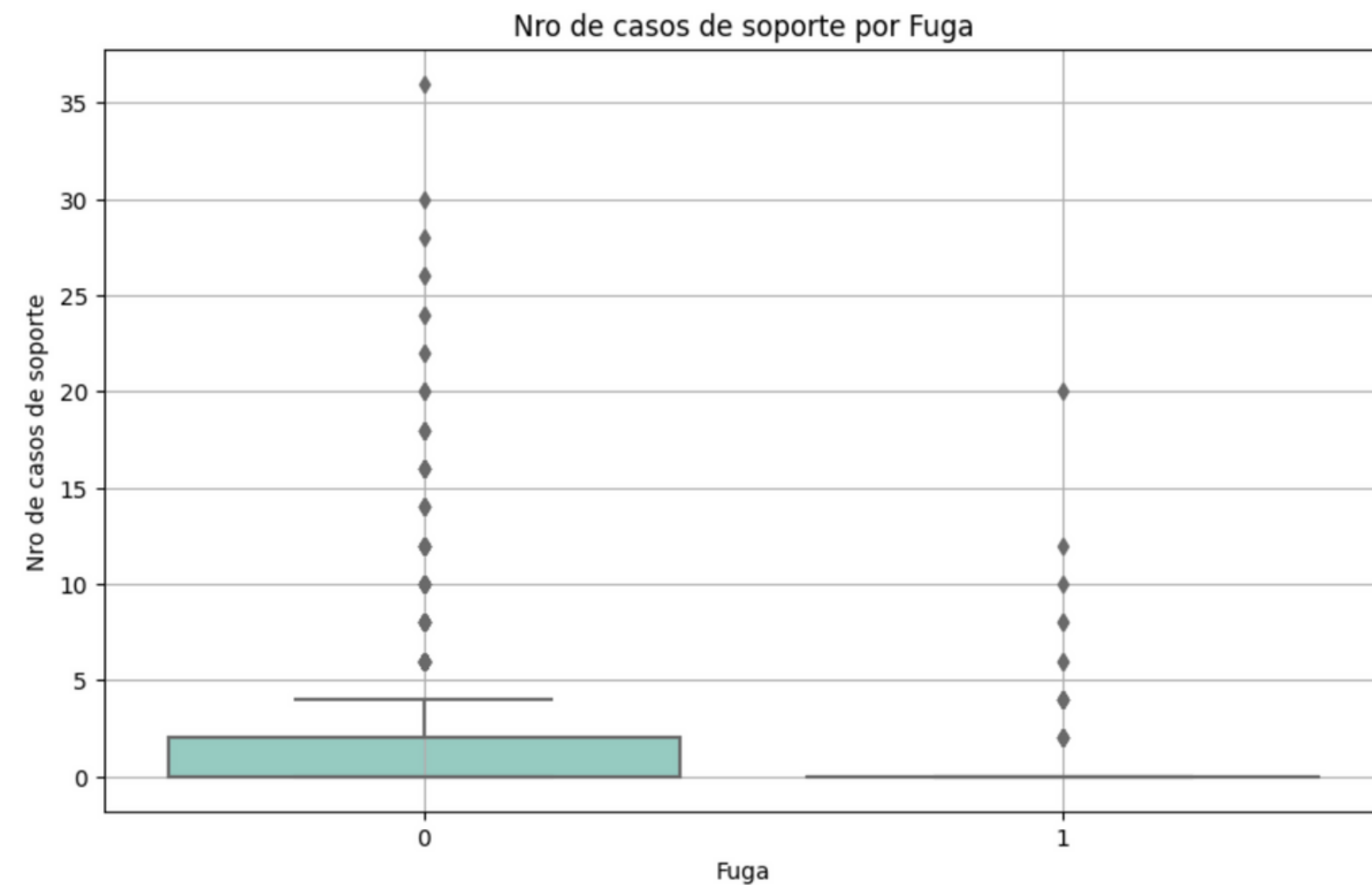


Las personas que se desuscriben tienen un IS menor respecto a los suscriptos

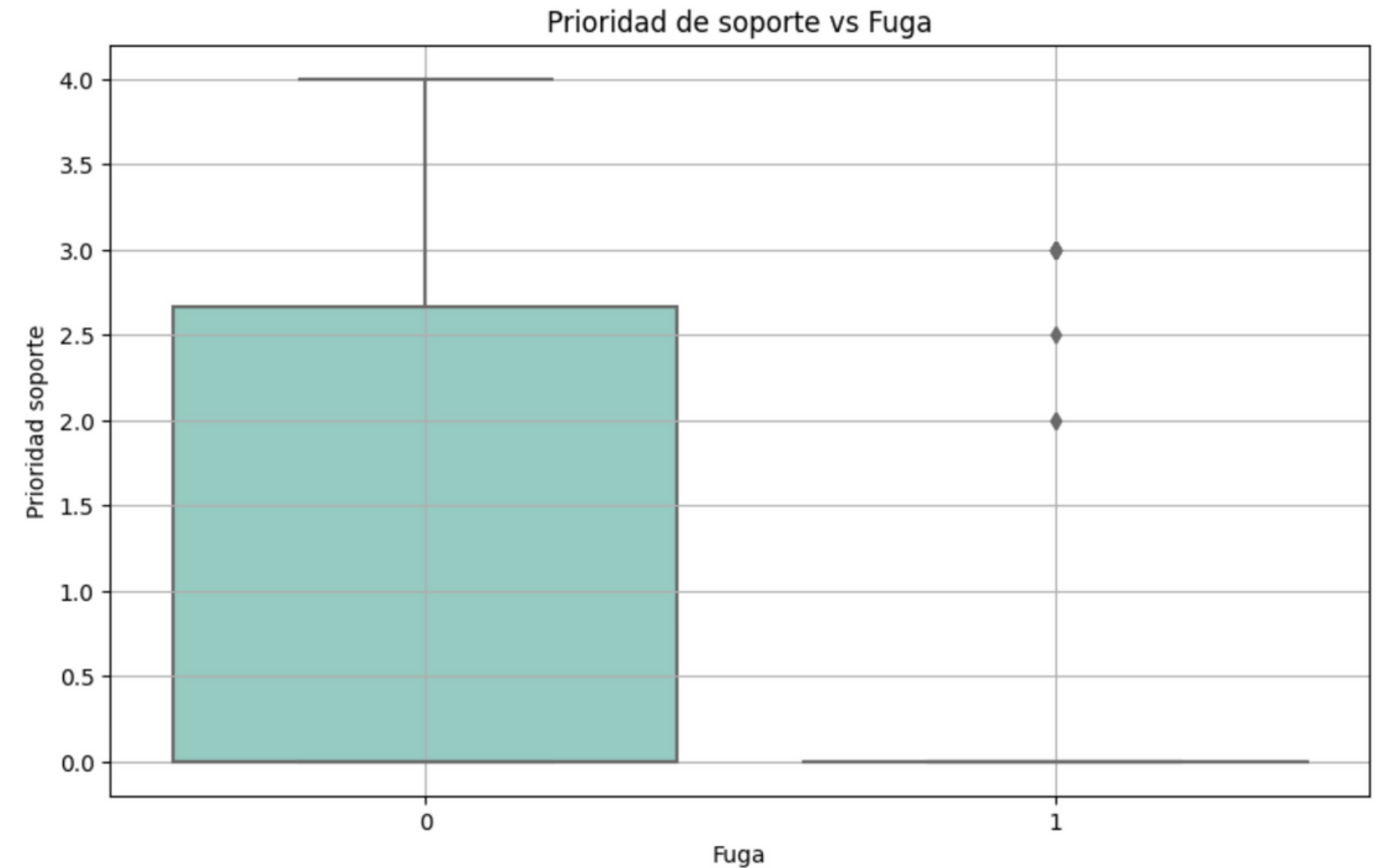


No parece existir variación significativa del IS respecto a los clientes desuscriptos

Soporte

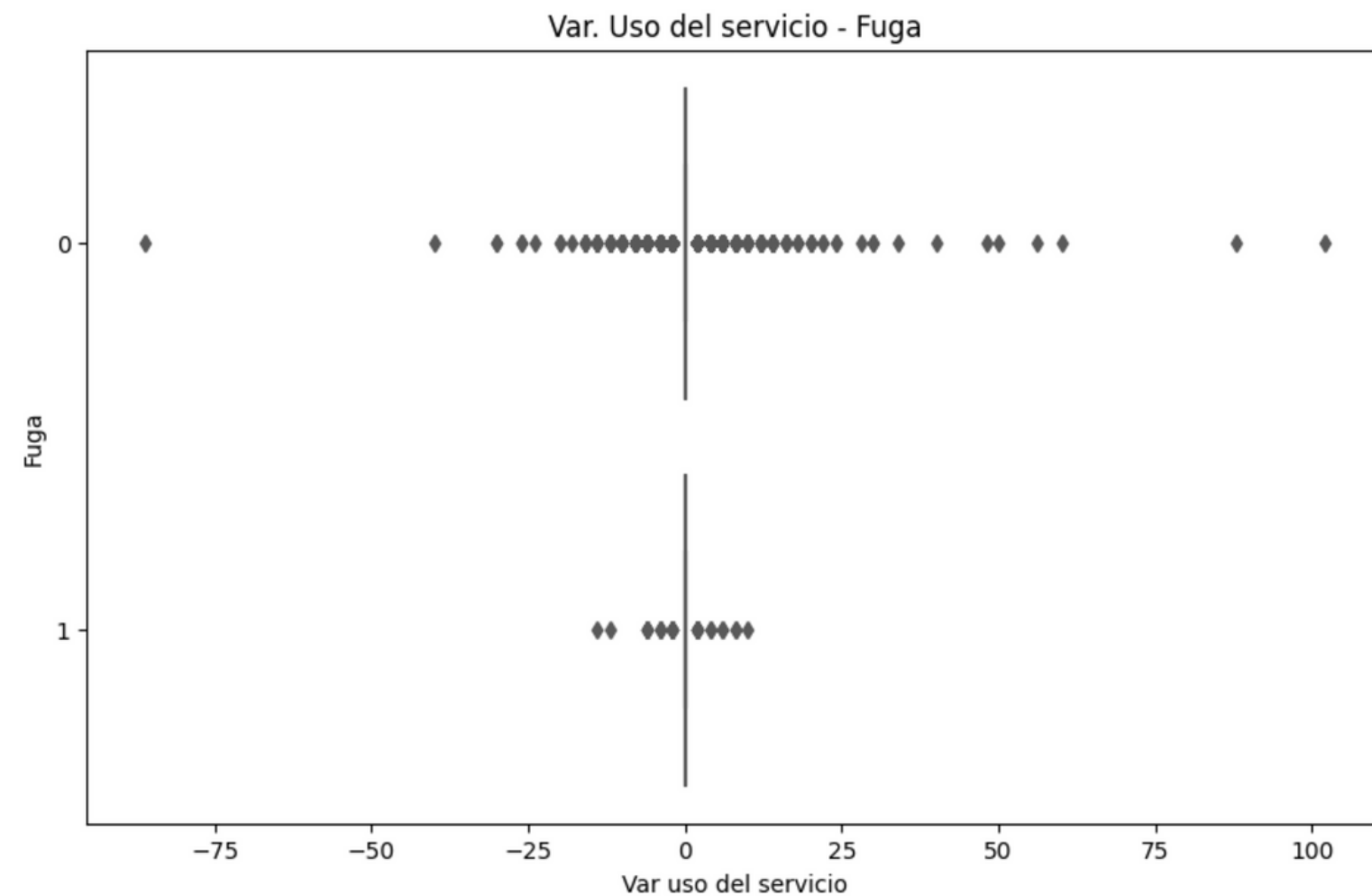


Las personas que se desuscriben no utilizan el servicio de soporte, exceptuando casos aislados.

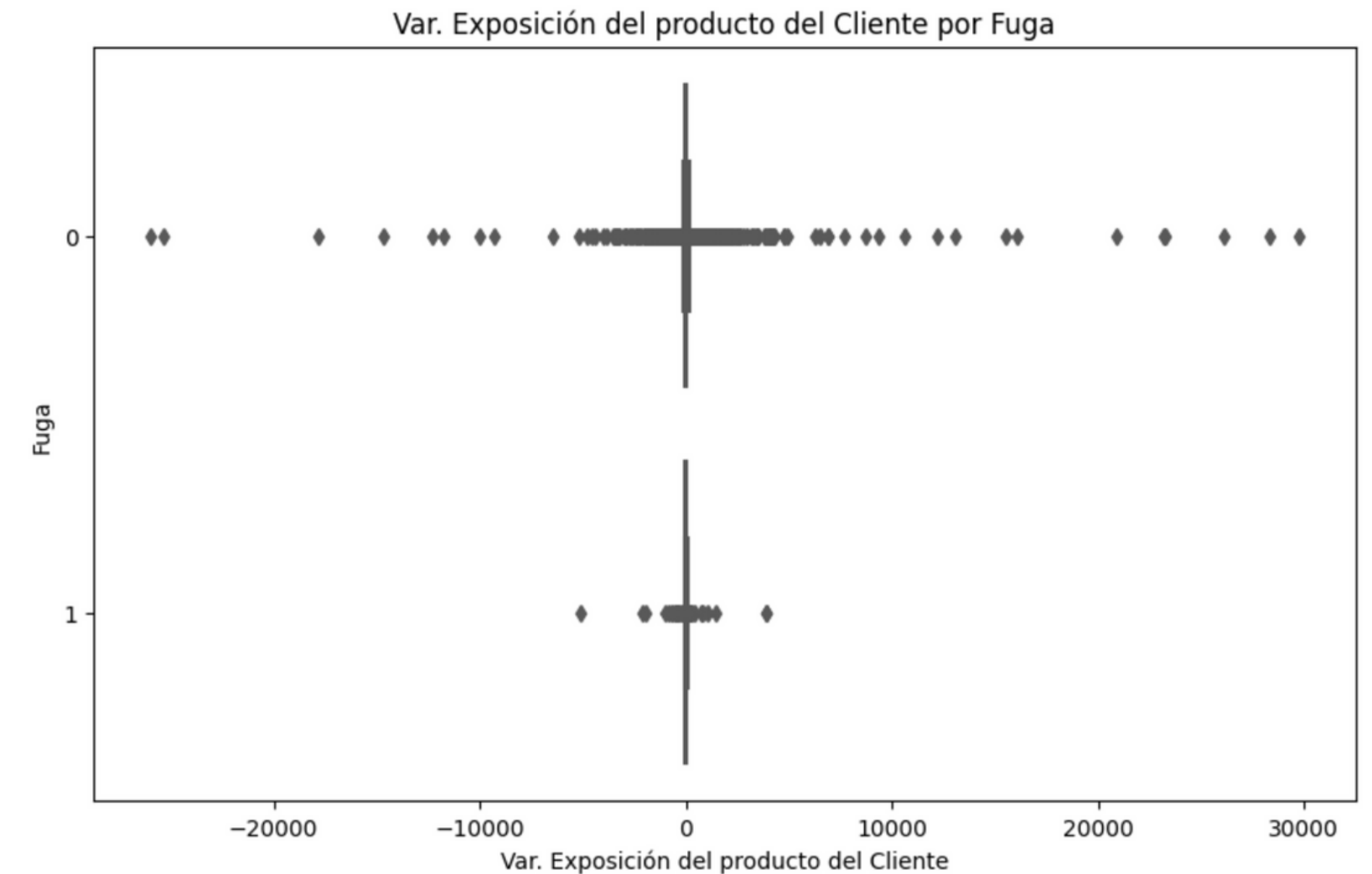


Los clientes que permanecen tienen una prioridad mayor de soporte, sin embargo los clientes que se desuscribieron, no solicitan soporte.

Uso del servicio y Exposición



Vemos que la media es 0 y que los datos no son concluyentes respecto a los clientes que se desuscribieron



Nuevamente observamos casos aislados y no concluyentes respecto a la exposición del producto por parte de los clientes que se desuscribieron

Resultados del análisis

Las variables que se tomaron como hipótesis no son relevantes respecto a la fuga. Tampoco lo fueron las otras variables provistas en nuestra fuente de datos.

CORRELACIÓN ENTRE VARIABLES

FUGA	Variable	Correlación	Conclusión
	Indice de satisfacción	-0.092	NO RELEVANTE
	Var. IS	-0,053	
	Var. Uso del Servicio	-0,016	
	Prioridad de soporte	0,045	
	Var. Nro casos soporte	-0,017	
	Var Exposición del producto	0	

Plan de acción

Al no entender el porque de la fuga, debemos hacer contacto con nuestro cliente para entender el driver que lo lleva a la desuscripción.

Nuevas variables

- Se propone almacenar datos temporales de las variables y no solamente de la variabilidad del último mes.
- Ventas concretadas por la plataforma
- Cobro histórico del servicio de ECOMM al cliente
- Complejidad de uso del sistema
- Tamaño y cultura de la compañía que contrata a ECOMM
- Tipificar el contacto con SOPORTE
- El IS no está resultando buen indicador. Se debe rever en que momento se mide y generar un histórico
- Medición de features: Cuáles son los features que generan más impacto en nuestros clientes.

Fidelización



En base a lo que se descubra, se puede implementar diversos programas

- Descuentos
- Beneficios exclusivos
- Programa de recompensas por segmentos

