

Análisis cuantitativo en un caso de negocio

El análisis cuantitativo es el análisis de los números

IDENTIFICAR LAS VARIABLES CUANTITATIVAS QUE NOS AYUDARÁN A RESOLVER EL EJERCICIO

ANÁLISIS CUANTITATIVO:

DESCARGAR INFORMACIÓN



Cientes con >1 queja Datos por un mes Macros por ciudad y mes

Descargar información con SQL.

Nuestra primer pregunta ¿quiénes pueden ser estos Top Offenders?

Descargar la información genérica de todos los clientes que hayan hecho por lo menos 1 queja.

IDENTIFICAR



Patrones de comportamiento Variables significativas

☐ a) Madurez (compras realizadas) b) Quejas mensuales (contactos) c) Compras mensuales d) Gasto mensual e) Créditos y dinero devuelto f) Margen operativo neto

Debemos definir las variables que nos ayudarán a identificar si alguien es Top Offender. Arriba a) b) c) se enlistan las variables. Estas variables serán a lo que prestaré atención para identificar patrones.

DEFINIR



Segmentación según rentabilidad Threshold (umbra/límite) Top Offender Treshold para cada categoría

☐ Clientes regulares (9 compras o menos) Clientes bronce (10-19 viajes) Clientes plata (20-39 viajes) Clientes oro (40 viajes o más)

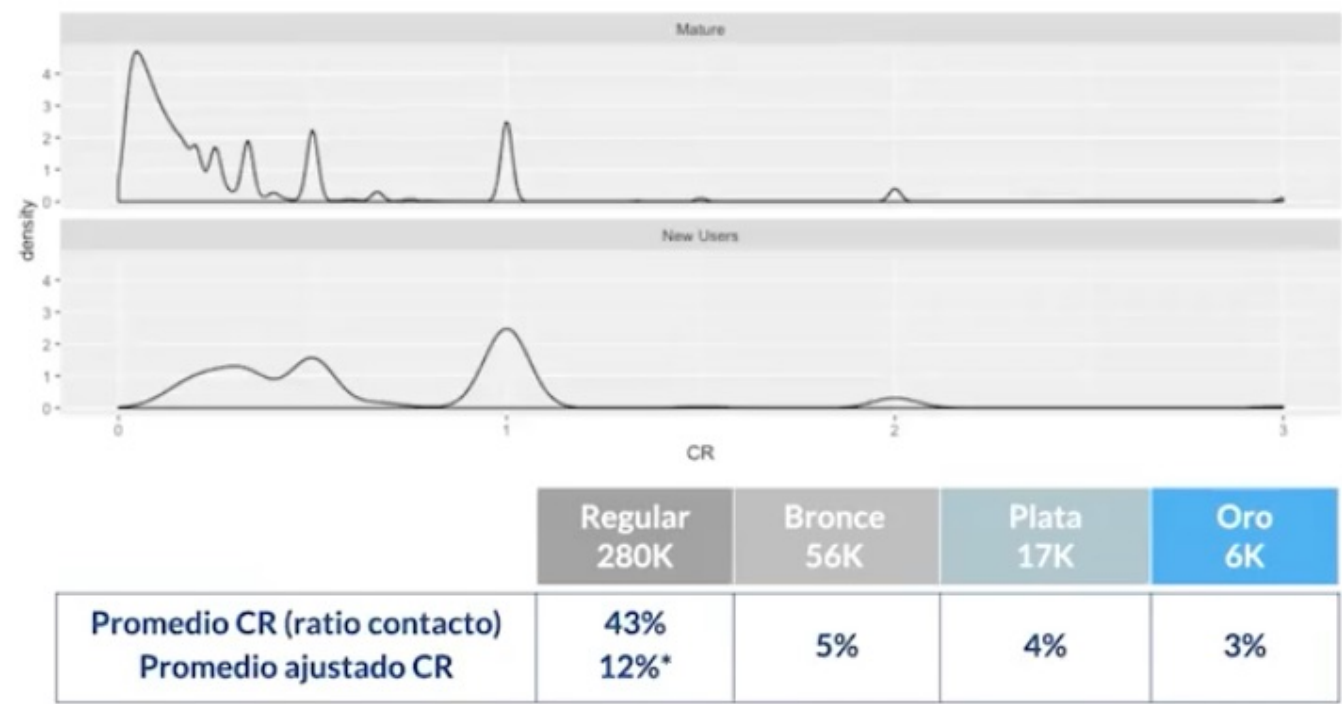
ANÁLISIS CUANTITATIVO: MAPEO

Lo primero que haremos será un mapeo. En la siguiente lista tenemos filtrado aquellos usuarios que se han quejado por lo menos 1 vez

MAPEO

HIPÓTESIS

Hipótesis inicial: Los usuarios que han realizado más compras se quejan menos por que ya entienden mejor el servicio.



*Eliminar los clientes que hicieron menos de diez compras en total y 1&1 quejas vs. 1&2 compras (100% CR)

ANÁLISIS CUANTITATIVO: APLICACIÓN

TOP OFFENDERS

20 % de las quejas las hacen estos usuarios