

Análisis cualitativo en un caso de negocio

IDENTIFICAR LAS VARIABLES CUALITATIVAS QUE NOS AYUDARÁN A RESOLVER EL EJERCICIO

Recuerda que nuestra **hipótesis** de problema es que hay un tipo de clientes que está quejándose en exceso al equipo de soporte.

Análisis Cualitativo



Clusterizar: Causas de contacto

a) Motivaciones económicas (regresarles el dinero) b) Preguntas (dudas) c) Problemas tecnológicos d) Política de empresa

La primera identificación que hicimos: La clusterización de los 500 o más tipos de contacto en solo 4 categorías.



Clasificar: Causas de los TO identificados

Lo segundo, una vez que los tenemos catalogados y clusterizados, vamos **textos** los mensajes leerlos, identificar palabras.



Profundizar: Motivos de contacto Geolocalización

Todo esto es una profundización, vamos a ver los mensajes, leer los textos, vamos a identificar palabras, veremos los motivos de contacto y lo haremos de manera geolocalizada. .

Análisis Cualitativo: CLUSTERIZACIÓN



Estos son los resultados que se arrojan una vez que lo hemos procesado el análisis cualitativo.

Casi la mitad, el 45% de los clientes que contactan lo hacen para recuperar su dinero.

El siguiente principal son las preguntas. Aquí podemos desagregar las preguntas para conocer el tipo de preguntas que realizan.

