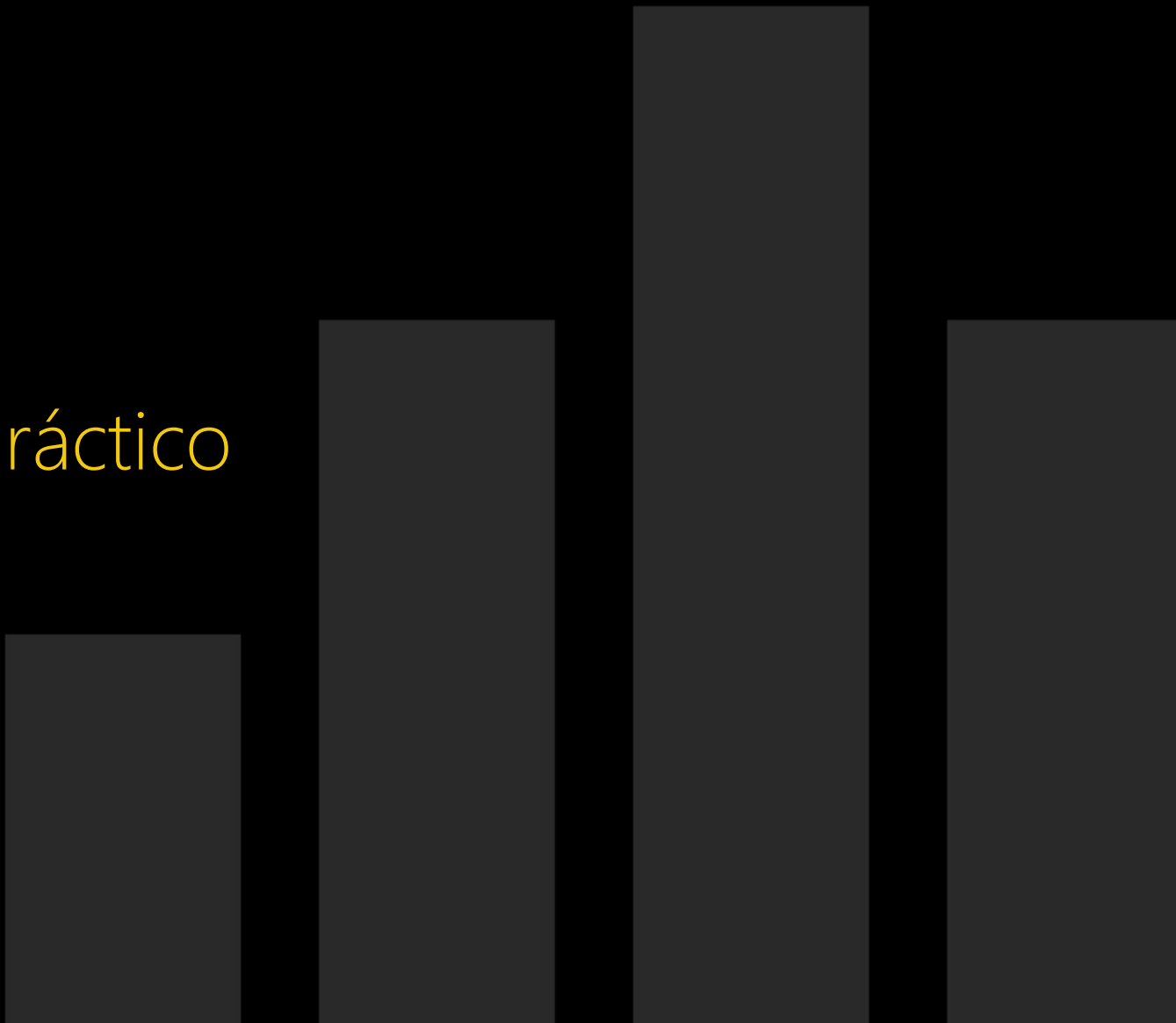


Reporte Caso Práctico

[View in Power BI](#) ↗

Last data refresh:
28/02/2024 21:03:54 UTC

Downloaded at:
28/02/2024 21:04:45 UTC



Funnel

Año

2019

Mes

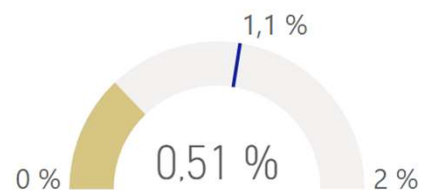
agosto

1

31

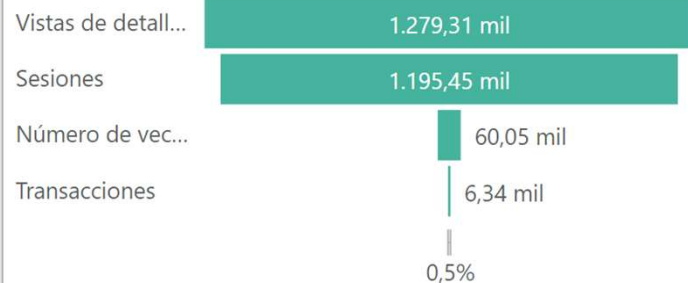
MOBILE

CR (%)

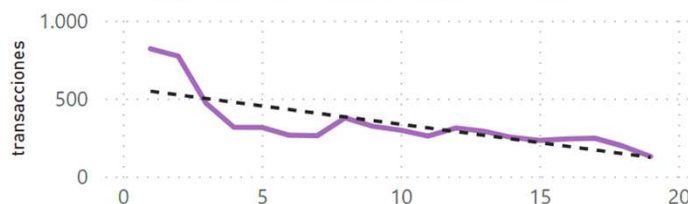


Distribución por proceso

100%

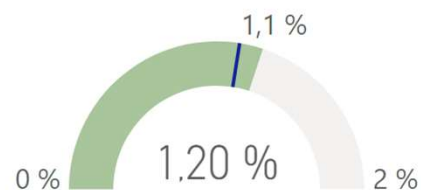


Cantidad de transacciones diarias



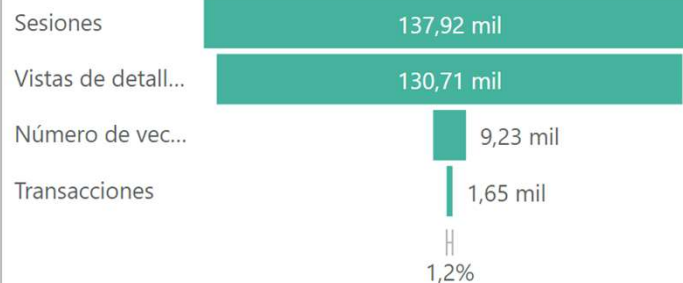
DESKTOP

CR (%)

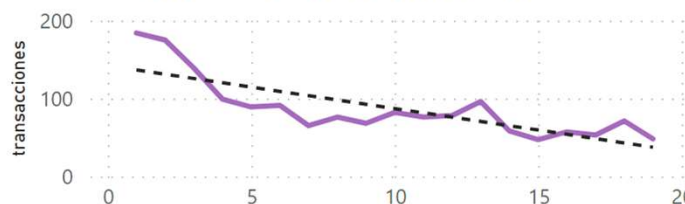


Distribución por proceso

100%

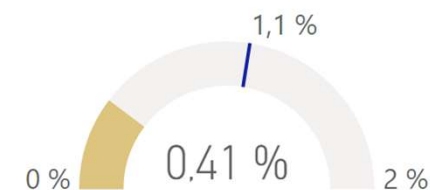


Cantidad de transacciones diarias



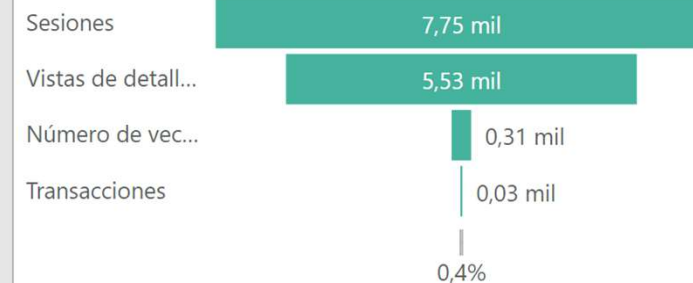
TABLET

CR (%)

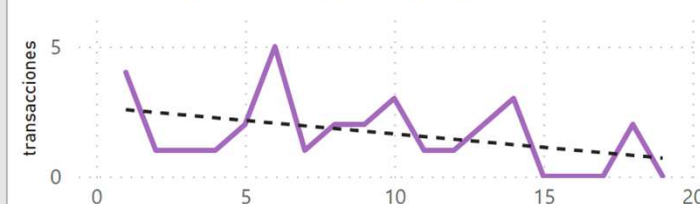


Distribución por proceso

100%



Cantidad de transacciones diarias



Conclusiones de datos:

- 1) Los servicios desktop poseen menos cantidad de sesiones y vistas de detalles de productos que los servicios mobile, pero su tasa de conversión es mayor a otros servicios.

Recomendación: Se recomienda realizar un focus group para entender las razones de los clientes en la selección.

- 2) El mayor número de transacciones se generan en los servicios mobile y el mínimo en Tablet.

Recomendación: Se recomienda analizar nuevas variables para comprender cuales son los influenciadores claves para incrementar el número de transacciones en Tablet. Diseño, comodidad de la web, etc.

- 3) La mayor cantidad de transacciones se realizan los primeros 5 días del mes con una constante decreciente.

Recomendación: Enfocar el análisis de los primeros para analizar la distribución de recursos obteniendo mayores transacciones.

Las acciones a desarrollar se encuadran en una metodología six sigma con el objetivo de incrementar las transacciones en Tablet y servicios mobile.