Reporte Caso Práctico

<u>View in Power Bl</u> ✓

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

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

Año Mes **Funnel** 31 2019 agosto **MOBILE DESKTOP TABLET** CR (%) CR (%) CR (%) 1,1 % 1,1 % 1,1 % 1,20 % 0.41 % 2 % Distribución por proceso Distribución por proceso Distribución por proceso 100% 100% 100% Vistas de detall... 1.279,31 mil Sesiones 137,92 mil Sesiones 7,75 mil 1.195,45 mil 5,53 mil Sesiones Vistas de detall... Vistas de detall... Número de vec... Número de vec... 60,05 mil Número de vec... 9,23 mil 0,31 mil Transacciones 6,34 mil Transacciones 1,65 mil Transacciones 0,03 mil 0,5% 1,2% 0,4% Cantidad de transacciones diarias Cantidad de transacciones diarias Cantidad de transacciones diarias 1.000 200 transacciones 2 transacciones transacciones 500 100 0 0 0 20 0 0 5 10 15 0 10 15 5 10 15 20

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 primero 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.