**ESTRATEGIA COMERCIAL** PARA **MAXIMIZAR CONVERSIÓN** Y MINIMIZAR COSTOS



PROPUESTA BASADA EN ANÁLISIS DE CLIENTES, SEGMENTACIÓN PREDICTIVA Y OPTIMIZACIÓN DE COSTOS PARA CAMPAÑAS EFECTIVAS.

# AGENDA DE HALLAZGOS Y ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Resumen claro de hallazgos y plan estratégico para optimizar clientes

Hallazgos sobre perfil, factores y conversión

Propuesta estratégica: objetivos y segmentación

Conclusiones, beneficios y próximos pasos

# PERFIL CLAVE DE CLIENTES CON ALTA PROBABILIDAD DE ACEPTACIÓN

Identificación de clientes ideales para maximizar impacto y minimizar costos

Clientes con historial positivo en campañas previas muestran mayor aceptación

Clientes con baja fatiga tienden a responder mejor y con mayor disposición. Adultos entre 30 y 50 años presentan mayor predisposición a aceptar ofertas

Administrativos, técnicos y jubilados con cuentas estables son prioritarios.

El contacto exitoso en campañas anteriores indica alta probabilidad de respuesta.

Menor número de contactos en la campaña actual reduce la fatiga del cliente

Este grupo etario destaca por su receptividad en la selección de clientes. Profesionales estables y saldo positivo favorecen la propensión a la aceptación

# FACTORES QUE REDUCEN EL ÉXITO EN LA CAMPAÑA

Impacto de factores clave en la tasa de conversión

### **Factor**

**Contactar repetidamente** 

**Estacionalidad** 

Préstamos personales activos

# **Impacto**

Reduce tasa de conversión

Menor respuesta

Tasas de aceptación bajas

### **Detalle**

Contactos múltiples en la misma campaña generan fatiga

Campañas en ciertos meses presentan bajo rendimiento

Clientes con préstamos o historial de incumplimiento son menos propensos

# TASA DE CONVERSIÓN GLOBAL Y OPORTUNIDAD DE **MEJORA**

Estrategia para maximizar impacto con menor costo

#### Tasa global de aceptación

La tasa actual de aceptación se encuentra entre 10 y 12%, reflejando el desempeño general.

10-12%

### 3-4 veces



### Incremento potencial de éxito

El modelo predictivo puede multiplicar por 3 o 4 veces la tasa de éxito al segmentar clientes clave.

### **Enfoque estratégico** recomendado

Focalizar en clientes con alta propensión mejora la eficiencia y reduce costos de campaña.

#### Alta eficiencia



**Segmentos** seleccionados

#### Oportunidad de optimización

Existe un alto potencial para mejorar la tasa de conversión con menor inversión enfocada.

### OBJETIVO Y ESTRATEGIA PARA OPTIMIZAR CLIENTES

Maximizar aceptación con menor costo mediante segmentación predictiva

1	Objetivo principal definido • El objetivo es aumentar la cantidad de clientes que aceptan el depósito a plazo fijo sin incrementar el costo de la campaña.
2	Prioridad en clientes clave • Se prioriza a los clientes con mayor probabilidad de aceptación para maximizar el impacto de la campaña de forma eficiente.
3	Estrategia de segmentación • Se utiliza segmentación predictiva para asignar puntajes de propensión entre 0 y 100, facilitando la priorización del contacto.
4	Maximización del impacto  • La estrategia busca maximizar el impacto del contacto sin aumentar costos, enfocándose en clientes con alta propensión.
5	Uso eficiente de recursos  •Al priorizar clientes con mayor puntuación, se optimizan los recursos disponibles para la campaña, garantizando un mejor retorno.
6	Decisiones basadas en datos •La propuesta se fundamenta en análisis predictivo que respalda una toma de decisiones informada y orientada a resultados concretos.

### SEGMENTACIÓN PREDICTIVA PARA OPTIMIZAR CONTACTOS

Estrategia basada en puntajes para maximizar impacto y reducir costos

1 2 3 4 5 6

# Asignación de puntaje predictivo a clientes

Cada cliente recibe un score del 0 al 100 que indica su probabilidad de aceptar.

# Priorización de clientes con puntajes altos

Contactar primero al top 10-20% con mayor probabilidad de aceptación.

### Expansión gradual basada en resultados

Segunda oleada opcional para otro 10-15% si se confirma el retorno esperado.

# Exclusión de clientes con baja probabilidad

Evitar contactar clientes con baja propensión para reducir costos innecesarios.

### Enfoque en maximizar retorno y minimizar costos

Estrategia diseñada para lograr mayor impacto con menor inversión.

### Proceso estructurado para toma de decisiones

Modelo claro que facilita priorización y asignación eficiente de recursos.

# EJECUCIÓN ESCALONADA PARA OPTIMIZACIÓN DE CLIENTES

Estrategia estructurada para maximizar impacto y minimizar costos

1 2 3 4

Primera oleada: validar hipótesis con top clientes

Contactar al **top 10- 20%** de clientes con mayor puntaje para confirmar la validez de la hipótesis inicial y asegurar foco en alto impacto.

Segunda oleada: expansión si hay resultados positivos

Expandir la campaña a otro 10-15% de clientes solo si el ROI es favorable y los resultados de la primera oleada confirman la efectividad.

# Monitoreo continuo de tasa de conversión

Medir la tasa de conversión real en cada oleada para evaluar efectividad y ajustar umbrales según el desempeño observado en tiempo real.

### Ajustes dinámicos basados en capacidad y ROI

Adaptar la estrategia considerando la capacidad operativa y el retorno de inversión para optimizar recursos y maximizar resultados finales.

### Segmento de Propensión

# Canal Prioritario

### Razonamiento

OPTIMIZACIÓN DE COSTOS POR SEGMENTO DE PROPENSIÓN

Estrategia para maximizar impacto minimizando costos

Alto puntaje (top 10-20%)

Puntaje medio

Bajo puntaje

Llamadas telefónicas

Correo electrónico y SMS

No contactar

Costoso pero alta probabilidad de conversión justifica inversión

Canales de menor costo para maximizar alcance con bajo gasto

Evitar costos innecesarios en clientes con baja probabilidad

# ALINEEMOS ESFUERZOS Y AVANCEMOS JUNTOS PARA MAXIMIZAR RESULTADOS CON EFICIENCIA Y CONTROL DE COSTOS.

Maximice el impacto y eficiencia alineando áreas, monitoreando campañas y ajustando estrategias para resultados óptimos.