

## Sugerencias del algoritmo e información adicional

El algoritmo utilizado para resolver el desafío cuenta con varios puntos a reforzar que con cierta información podría llegar a realizar predicciones más precisas. A continuación, listo los identificados:

- Se asume indistintamente que cualquier manager, CEO, chief, vice president, senior, director, head, o miembro del comité tienen la misma capacidad para adquirir nuestros servicios. Podría mejorar sustancialmente si se contara con un peso diferente para cada uno de acuerdo con las probabilidades de comprar el servicio. Para ello se requiere información de la empresa en la que trabaja, de manera que se pueda revisar el organigrama y determinar quién tendría una mejor disposición jerárquica y le podría interesar más convertirse en nuestro cliente.
- Las palabras claves seleccionadas en el algoritmo para *CurrentRole* arrojan una cantidad de puestos que no necesariamente les interesa adquirir nuestros servicios. Por citar un ejemplo, un mánager de servicio al cliente y un assistant manager de operaciones tiene la misma probabilidad en nuestro modelo de adquirir los servicios, cuando realmente no es así. Mi propuesta para disminuir el ruido causado por esto es realizar Natural Language Processing (NLP) para reconocer las responsabilidades de cada uno de los trabajos o por lo menos predecirlas. Para ello es indispensable construir o encontrar un dataset que contenga una cantidad considerable de descripciones de trabajos y a partir de allí obtener las responsabilidades y ajustar la probabilidad de acuerdo con el rol.
- Por otro lado, se asumió que la industria a la que pertenecen nuestros posibles clientes tiene una relevancia mayor para los pertenecientes a tecnología, a pesar de que la amplia gama de servicios es transversal a la categorización de la industria. Para muestra de lo anterior la reconocida marca *Urban Outfitters* figura como uno de nuestros clientes. La solución propuesta es obtener un registro histórico, por lo menos del último año, que pueda utilizar para sacar estadísticas básicas si se quiere mantener la línea del negocio, o quitar la incidencia de la industria para abrir paso a nuevas interacciones.

Además de lo listado, el algoritmo podría modificarse para recibir:

- Aptitudes: Dan razón rápidamente de la manera en que trabaja el posible cliente y facilitarían la identificación de si cuenta con un puesto lo suficientemente alto para tomar la decisión de adquirir el producto o en su defecto si por interés lo puede llevar a la mesa directiva.

**Información extra de LinkedIn de los posibles clientes:** Nombre de la empresa en la que se labora, descripción del trabajo y aptitudes.