



UNIVERSIDAD
DE MURCIA

TRABAJO ACADÉMICAMENTE DIRIGIDO

ANÁLISIS DE LOS INDICADORES Y DEL NEGOCIO A ESTUDIAR PARA EL TAD

Juan Luis Serradilla Tormos
UMU

Murcia, España
noviembre de 2024

Índice

1. Introducción	1
1.1. Contexto del negocio	1
1.2. Estrategia comercial	1
1.3. Medios de venta	1
2. Objetivos del negocio	1
2.1. Objetivo general	1
2.2. Indicadores principales (KPIs)	2
2.3. Resumen de los indicadores	2

1. Introducción

1.1. Contexto del negocio

Game Pass es un servicio de suscripción de Microsoft que permite a los usuarios acceder a una amplia biblioteca de juegos por una cuota mensual. Los usuarios pueden jugar en consolas Xbox, PC o dispositivos móviles, y ocasionalmente reciben descuentos para adquirir juegos en propiedad. Además, se venden consolas Xbox y accesorios en distintas tiendas físicas y online, lo que genera ingresos adicionales.

1.2. Estrategia comercial

La estrategia de Game Pass y Xbox se centra en aumentar el número de suscriptores y las ventas de juegos, consolas y accesorios. La suscripción a Game Pass busca incentivar tanto la retención de clientes como la captación de nuevos usuarios mediante contenido exclusivo y descuentos.

1.3. Medios de venta

Microsoft utiliza su tienda digital Xbox y otros canales como tiendas físicas y sitios web de socios comerciales. Además, se apoya en campañas publicitarias en redes sociales y eventos como lanzamientos de juegos y hardware.

2. Objetivos del negocio

2.1. Objetivo general

El objetivo es maximizar los ingresos mediante el aumento de suscripciones a Game Pass y la venta de juegos y consolas. También se busca optimizar la satisfacción del cliente y la retención de suscriptores. Por ello, se estudiarán 4 factores críticos de éxito (CFI):

- **Aumentar los ingresos de Game Pass y Xbox:** Aumentar las ventas es el objetivo principal de cualquier negocio, por ello, se aumentarán los ingresos de Game Pass y Xbox. Para poder llevar a cabo esta tarea, se monitorizará a fondo las suscripciones activas al servicio, las ventas de las consolas y la compra de los juegos. De esta forma, se podrá estudiar el perfil de los clientes y poder tomar acciones para el correcto desempeño de las ventas de la empresa.
- **Incrementar la fidelización de clientes:** Cualquier empresa de servicio necesita que una base de clientes fieles. Por ello, se monitorizará la retención de los suscriptores, para así poder evaluar sus perfiles y tomar decisiones que intervengan en la fidelización de estos. Con una base de clientes fieles, los beneficios aumentarán.
- **Impulsar la interacción y el uso del Game Pass:** Es necesario ofrecer un producto de calidad para que los clientes se sientan satisfechos y los beneficios aumenten. Por ello, impulsar la interacción de los clientes con el servicio es fundamental, ya que a mayor número de juegos jugados y más cantidad de descuentos utilizados aumentará la visión de calidad del producto. Por ello es necesaria una revisión constante del catálogo de juegos y del catálogo de ofertas.
- **Mejorar la satisfacción del cliente:** Es necesario monitorizar la satisfacción de los clientes. Cuando mayor sea, mejor se hablará del servicio y aparecerán más potenciales compradores.

2.2. Indicadores principales (KPIs)

1. Aumentar los ingresos de Game Pass y Xbox:

- **KPI 1:** Incrementar un 15% las suscripciones activas de Game Pass cada trimestre.
- **KPI 2:** Aumentar las ventas de consolas Xbox un 10% en cada temporada de lanzamientos importantes.
- **KPI 3:** Incrementar en un 20% las compras de juegos (venta individual) por suscriptores.

2. Incrementar la fidelización de clientes:

- **KPI 4:** Alcanzar un 80% de retención de suscriptores mensuales de Game Pass.
- **KPI 5:** Reducir en un 10% el número de cancelaciones de suscripción tras el primer mes.

3. Impulsar la interacción y el uso de Game Pass:

- **KPI 6:** Aumentar en un 25% el número de juegos jugados por usuario activo cada trimestre.
- **KPI 7:** Lograr que al menos el 60% de los suscriptores activen descuentos especiales para comprar juegos de Game Pass.

4. Mejorar la satisfacción del cliente:

- **KPI 8:** Mantener un índice de satisfacción superior a 8/10 en encuestas de suscriptores cada semestre.
- **KPI 9:** Disminuir en un 15% el número de tickets de soporte relacionados con problemas de acceso o rendimiento.

2.3. Resumen de los indicadores

Factor crítico de éxito	Indicador	Id de indicador	Tipo de indicador	Meta	Acción
Aumentar los ingresos de Game Pass y Xbox	Incrementar un 15% las suscripciones activas de Game Pass cada trimestre	KPI_1	Driver	Aumento del 15% trimestral	Realizar más campañas de publicidad Ofrecer descuentos temporales a nuevos suscriptores
	Aumentar las ventas de consolas Xbox un 10% en cada temporada de lanzamientos importantes	KPI_2	Outcome	Aumento del 10% en lanzamientos clave	Realizar promociones y paquetes especiales en lanzamientos Incentivar la venta cruzada de consolas con otros

Factor crítico de éxito	Indicador	Id de indicador	Tipo de indicador	Meta	Acción
					productos de Xbox
	Incrementar en un 20% las compras de juegos (venta individual) por suscriptores	KPI_3	Outcome	Aumento del 20% en compras individuales	Ofrecer descuentos exclusivos en títulos populares para suscriptores Promocionar activamente los juegos a través de recomendaciones en la plataforma
Incrementar la fidelización de clientes	Alcanzar un 80% de retención de suscriptores mensuales de Game Pass	KPI_4	Driver	80% de retención mensual	Mejorar el contenido de bienvenida y tutoriales Crear un programa de lealtad para suscriptores antiguos
	Reducir en un 10% el número de cancelaciones de suscripción tras el primer mes	KPI_5	Outcome	Disminución del 10% en cancelaciones	Implementar encuestas de salida para conocer las causas de cancelación Ofrecer una extensión gratuita en caso de duda al cancelar
Impulsar la interacción y el uso de Game Pass	Aumentar en un 25% el número de juegos jugados por usuario activo cada trimestre	KPI_6	Driver	Incremento del 25% de juegos jugados	Promocionar recomendaciones personalizadas de juegos Añadir recompensas por probar

Factor crítico de éxito	Indicador	Id de indicador	Tipo de indicador	Meta	Acción
					juegos nuevos cada mes
	Lograr que al menos el 60% de los suscriptores activen descuentos especiales para comprar juegos de Game Pass	KPI_7	Driver	Activación del 60% de descuentos	<p>Visibilizar los descuentos disponibles en el panel principal de Game Pass</p> <p>Recordar descuentos mediante notificaciones y correos electrónicos</p>
Mejorar la satisfacción del cliente	Mantener un índice de satisfacción superior a 8/10 en encuestas de suscriptores cada semestre	KPI_8	Outcome	Índice de satisfacción > 8/10	<p>Reducir los tiempos de respuesta en soporte</p> <p>Implementar mejoras continuas en base a feedback de usuarios</p>
	Disminuir en un 15% el número de tickets de soporte relacionados con problemas de acceso o rendimiento	KPI_9	Result	Reducción del 15% en tickets de soporte	<p>Crear guías y tutoriales sobre acceso y solución de problemas</p> <p>Desarrollar un sistema de autogestión para resolver incidencias comunes</p>