

## Desafío TI:

¿Cómo sacar provecho a la información que tiene la organización?

## Caso ejemplo:

**Datos:** Utilizando las experiencias positivas de la marca en los usuarios.

**Objetivo / Goal:** Buscar atraer más clientes.

## Información requerida:

- Tasa de abandono: Porcentaje de suscriptores que han cancelado en cierto período de tiempo.
- Parámetros UTM (Urchin Tracking Module): Para hacer un rastreo de las visitas a un sitio web. Capturando información como el tiempo (llegada, estadía viendo productos y estadía en el carro de compras), la fuente de donde vino el usuario, etc.  
Esto permite revisar la efectividad de las campañas de marketing online establecidas por la compañía.
- Cantidad de revisiones y calificaciones por producto. Inicialmente número de estrellas dadas por calificación. Posteriormente análisis de sentimiento de las oraciones realizadas por los clientes.
- Datos demográficos: Edad, sexo, estrato socioeconómico, etc.

## Plan / Propuesta:

### 1. Revisar información obtenida:

Información obtenida sea similar a la información requerida, en caso de no serlo, realizar encuestas a clientes actuales y potenciales para obtener la información. También mediante las cookies de la página web se puede obtener parte de la información requerida.

### 2. Limpieza de datos:

Arreglar la base de datos, limpiar base de datos erróneos y faltantes.

### 3. Análisis de datos:

Mediante gráficos, revisión de las variables/columnas y aprendizaje automatizado, se analizará cuál modelo para predicción de abandono de la suscripción o servicio con la empresa es mejor.

### 4. Estrategias para atraer más clientes y aumentar las ventas:

- 4.1. Ejecutar estrategias de mercadeo y publicidad en sitios web. Enfocadas al sector con mayor porcentaje de las ventas, ya sea por edad, descuentos, categoría de producto, etc.
- 4.2. Ofrecer descuentos en los horarios de más tráfico, así como dar descuentos por compartir la página a familiares y amigos.
- 4.3. Mejorar la presentación de la página – User Interface.
- 4.4. Se pueden realizar pipelines de datos para analizar la información en tiempo real, sin esperar a cargarla en una base de datos.

## Desarrollo del desafío:

<https://github.com/jucasamesa/Desafio1Interacpedia/blob/main/desafio1.ipynb>

## Conclusiones del desafío:

Para el desafío ¿Cómo podríamos generar ingresos con los datos actuales que tiene nuestra organización?, se utilizó una base de datos pública de Telecom en Estados Unidos. Analizando la información recolectada, Telecom puede:

En primer lugar, identificar utilizando el modelo realizado de Random Forest o de Gradient Boosting a los usuarios con mayor probabilidad para abandonar los servicios y ofrecerles mejoras o descuentos en el servicio. Es decir, este algoritmo se puede utilizar como una herramienta para evitar que los clientes abandonen y además atraer clientes que se han salido de servicios similares en empresas competidoras.

De esta forma un vendedor de los servicios de la compañía debería abordar un cliente de acuerdo al perfil, se utilizaría el modelo para generar varios tipos de clientes cada uno con una distinta probabilidad de abandono, se puede extrapolar de acuerdo a los clientes en la base de datos y realizar una venta mejor enfocada.

En segundo lugar, comunicarse con los usuarios que abandonaron el servicio y adquirir información del porqué lo abandonaron para mejorar el algoritmo de predicción de abandono.

Tercero, revisar inicialmente los cuatro indicadores principales o características permiten predecir el abandono y realizar ajustes a dichas características.

Por ejemplo:

1. Para los planes internacionales, ya que muchas personas los toman para hacer una llamada específica y debido a competidores como las llamadas por Whatsapp, se pueden realizar planes complementarios que incluyan servicios locales e internacionales donde el usuario perciba más beneficios por un valor un poco mayor.

También se puede cobrar una menor tarifa, cobrando por segundos consumidos en vez de minutos, esto también puede mejorar la percepción del precio de los planes y contribuir a la estabilidad del usuario.

2. Las llamadas de servicio al cliente, en caso de que sean llamadas ofreciendo más servicios, establecer una organización del personal del call center para que no se realicen demasiadas llamadas al mismo número. Utilizar canales como correo u otros medios que no cansen al usuario.

En caso de que estas llamadas sean en la otra dirección, llamadas de soporte que solicita el usuario se debe manejar un indicador que permita la solución rápida al usuario sin necesidad de múltiples llamadas. Utilizar plataformas con bots que resuelvan las dudas al usuario de la manera más práctica y sencilla posible, con videos u otros medios no explorados por la mayoría de las compañías.

3. Utilizar estrategias donde el usuario pueda cambiar los servicios no utilizados en un mes específico para sumarlos a otro. Y llevar control de esta información para ofrecer planes personalizados al cliente.

Adicionalmente, en términos de producción y calidad también puede generar ingresos, una base de datos con información relevante a procesos, redes o proveedores para analizar donde se deben dirigir esfuerzos y recursos para mejorar la experiencia del usuario final.