

Predicción de apertura de e-mails y ad-click para entidad bancaria



Situación y objetivo

- Clasificar aquellos clientes que sean posibles candidatos a comprar un nuevo producto - **tarjeta de crédito**, basándose en la tasa de apertura de e-mails de publicidad.



Datos

- Datos de los clientes y sus movimientos bancarias
 - Edad, Sexo, Cantidad de productos, Score de deuda, etc.
- **Target 1:** Clicks en el link de la publicidad
- **Target 2:** Apertura de e-mails de publicidad

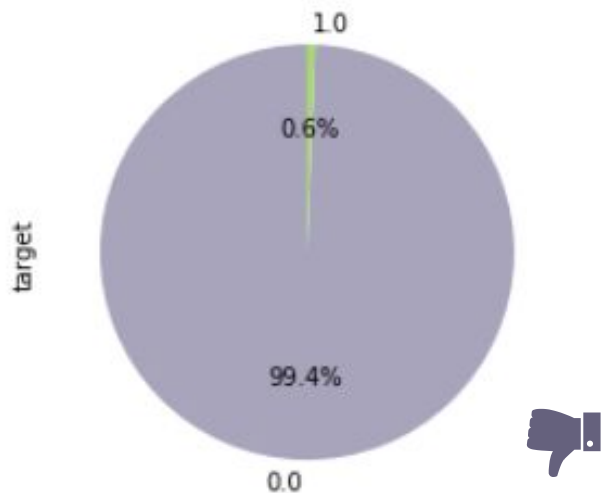


Datos

- Problema: Desbalance de clases - Para las predicciones utilizamos el **target 2**

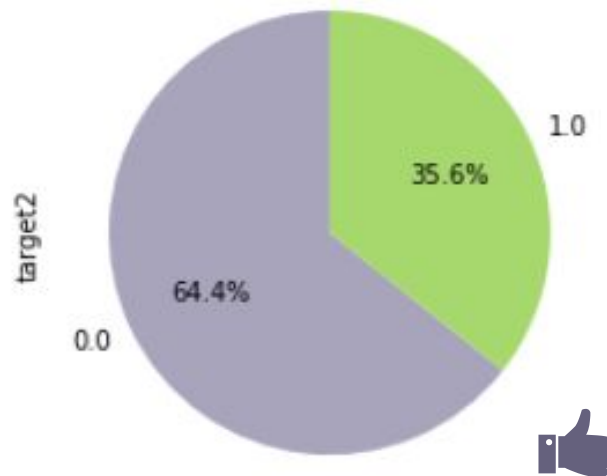
Target 1

Clicks en el link de la publicidad



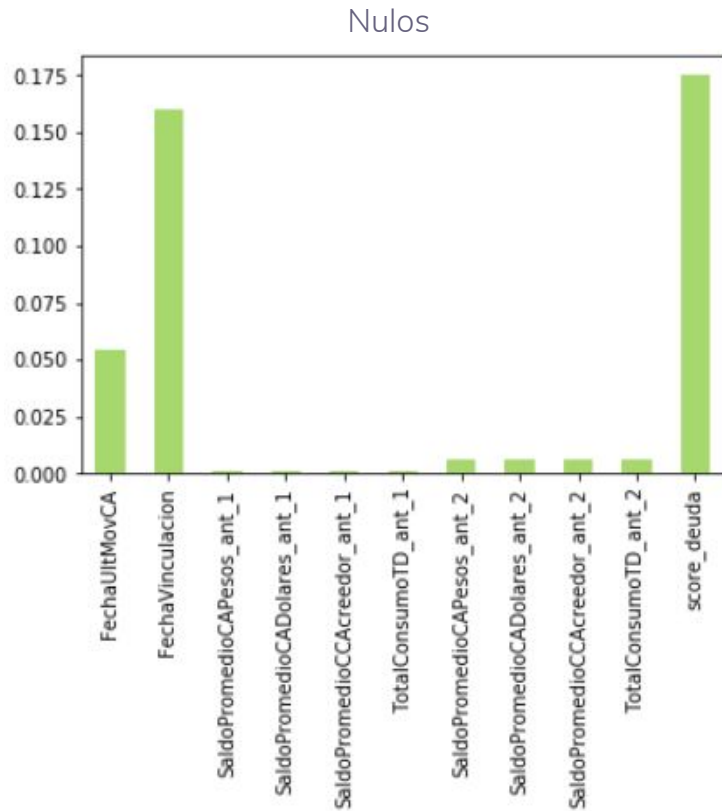
Target 2

Apertura de e-mails de publicidad



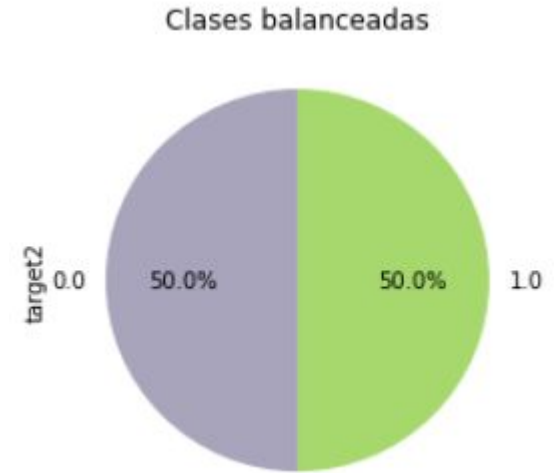
Limpieza y Transformación de Datos

- Nulos
- Outliers
- Categóricos a numéricos
- Creación de nuevas variables



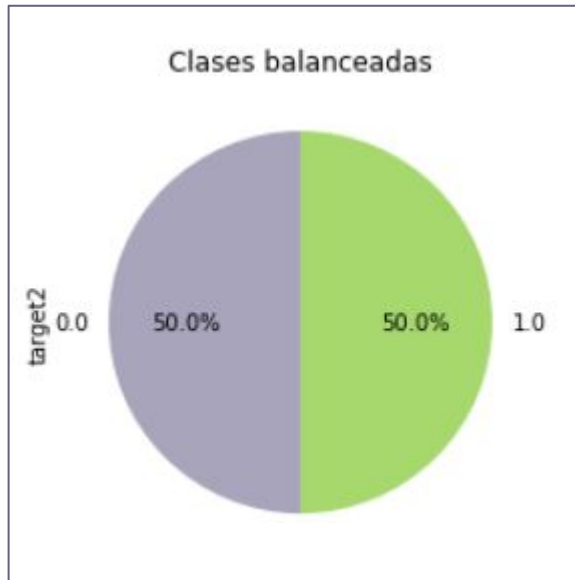
Modelado

- Escalado de los datos - Estandarización
- Corrección del desbalance de clases
- Validación cruzada
- Prueba con diferentes modelos de predicción

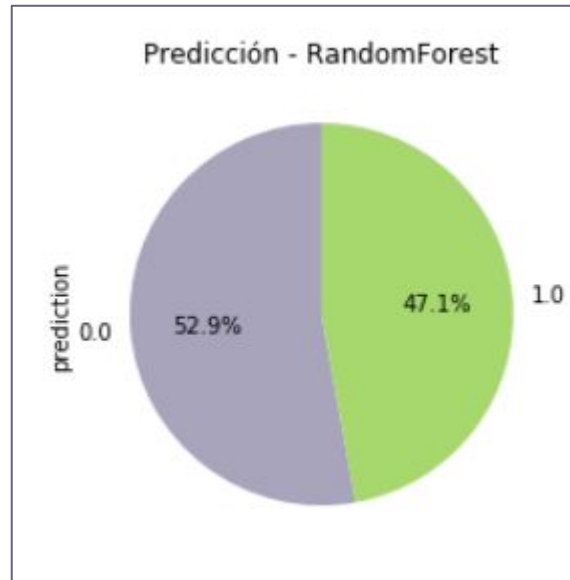


Predicciones

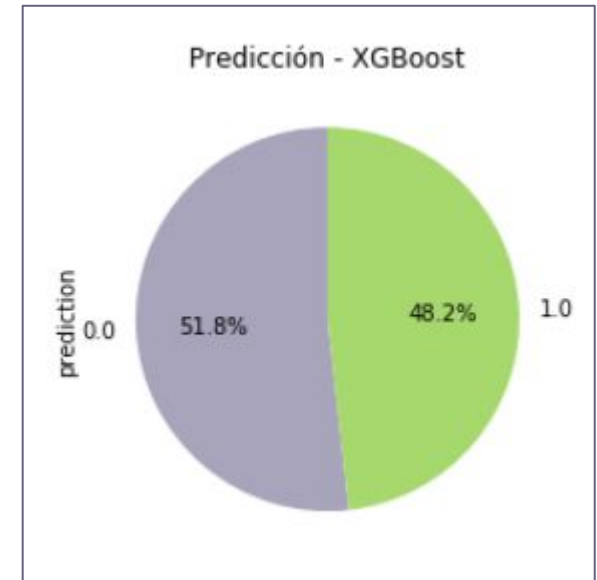
Target dato



Target predicho



Target predicho



Conclusiones

- Los modelos utilizados permiten predecir de forma aceptable cuales son los clientes que irán abrir el mail con la publicidad.

Target predicho

