

PREDICIENDO VENTAS DE UN SITIO WEB SEGÚN EL TIPO DE TRÁFICO

Por: María del Mar Karpinski
Comisión 32850
Profesor: Damián Ilkow

ÍNDICE

01

CONTEXTO Y
AUDIENCIA

02

PROPIEDADES DE
LOS DATOS

03

PREGUNTAS DE
INTERÉS

04

ANÁLISIS
EXPLORATORIO

05

INSIGHTS Y
RECOMENDACIONES



CONTEXTO

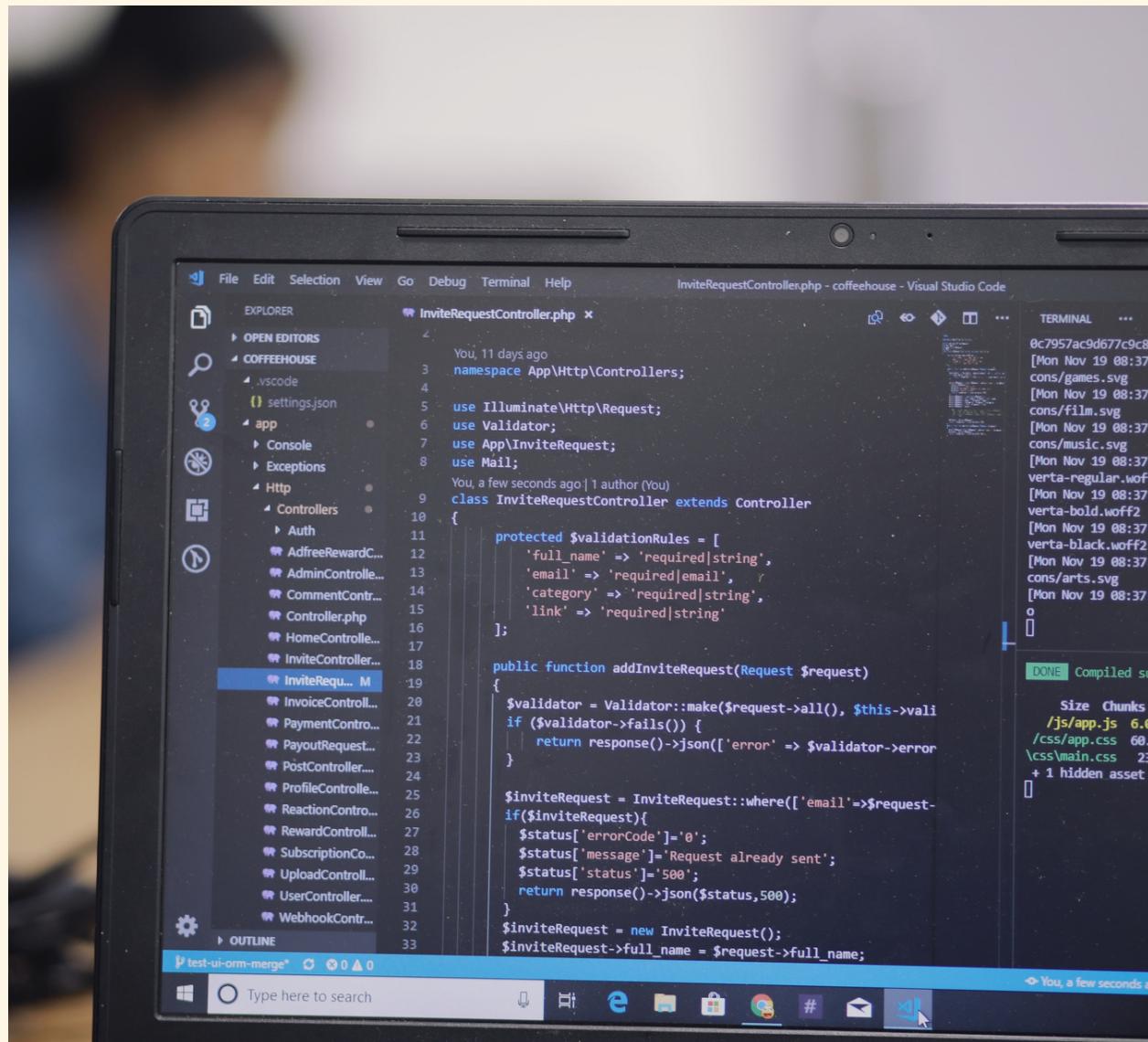
Con el avance de la tecnología y el aumento de las plataformas digitales, las empresas han visto cómo el tráfico en sus sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales ha crecido exponencialmente. Sin embargo, no todo el tráfico es igualmente valioso en términos de conversión y generación de ingresos. Es aquí donde entra en juego el proyecto de data science.

AUDIENCIA

La audiencia está compuesta por el equipo de marketing y ventas.

Estos profesionales buscan utilizar los resultados del proyecto para mejorar sus estrategias, identificar oportunidades de venta y aumentar la eficacia de sus acciones promocionales.

PROPIEDADES DE LOS DATOS



12.330

instancias

18

atributos

84.5%

De las visitas no
terminó en venta

1

Cada sesión pertenece a un
usuario diferente en un
período de 1 año

LIMITACIÓN: el dataset no etiqueta los tipos de tráfico por lo cual en primera instancia no podemos dar recomendaciones al respecto.

PREGUNTAS DE INTERES

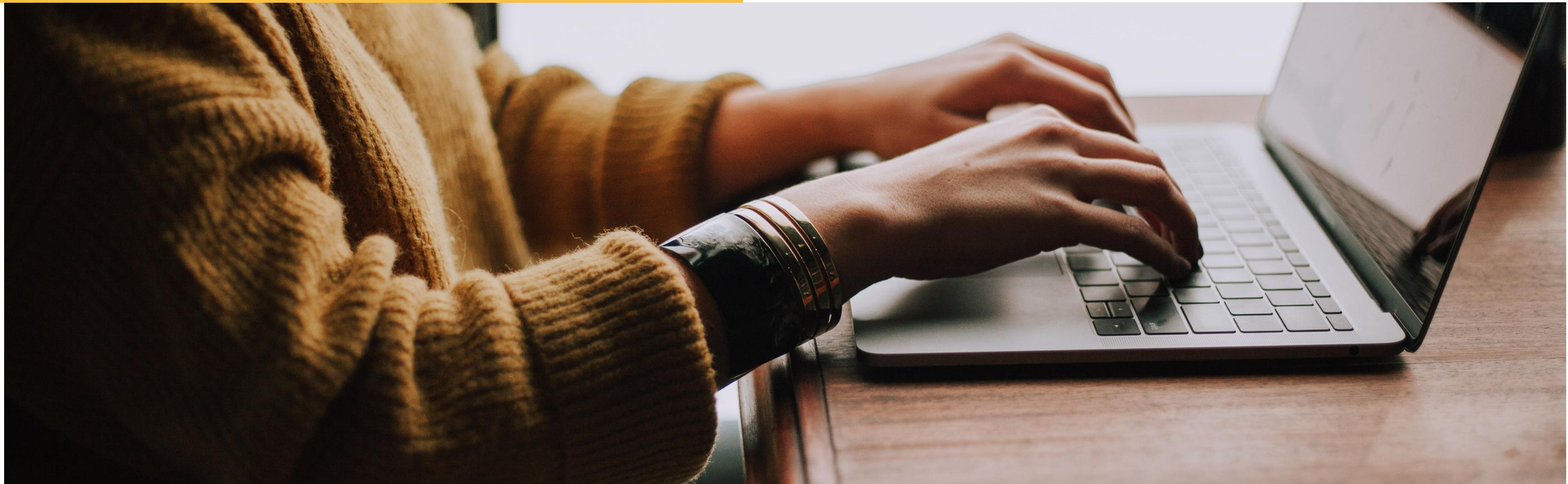
- ¿existe alguna relación entre el tipo de tráfico y la conversión a ventas?
- ¿hay algún momento en que se produzcan más ventas?
- ¿hay alguna diferencia con un cliente nuevo y uno recurrente?



ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LOS DATOS

1

CONOCIENDO AL USUARIO



¿SON LOS VISITANTES NUEVOS O RECURRENTES?

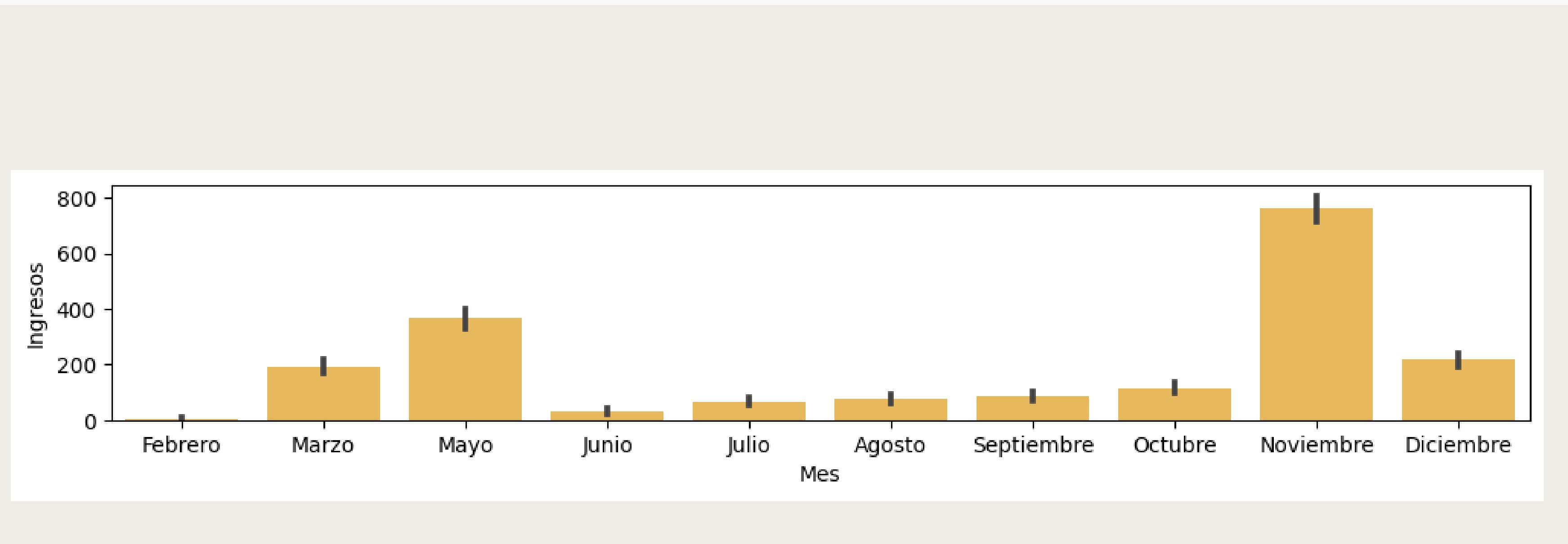
La cantidad de nuevos visitantes es mínima respecto a los visitantes recurrentes, representando sólo el 13.7% del total de visitas.



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE VENTAS POR MES

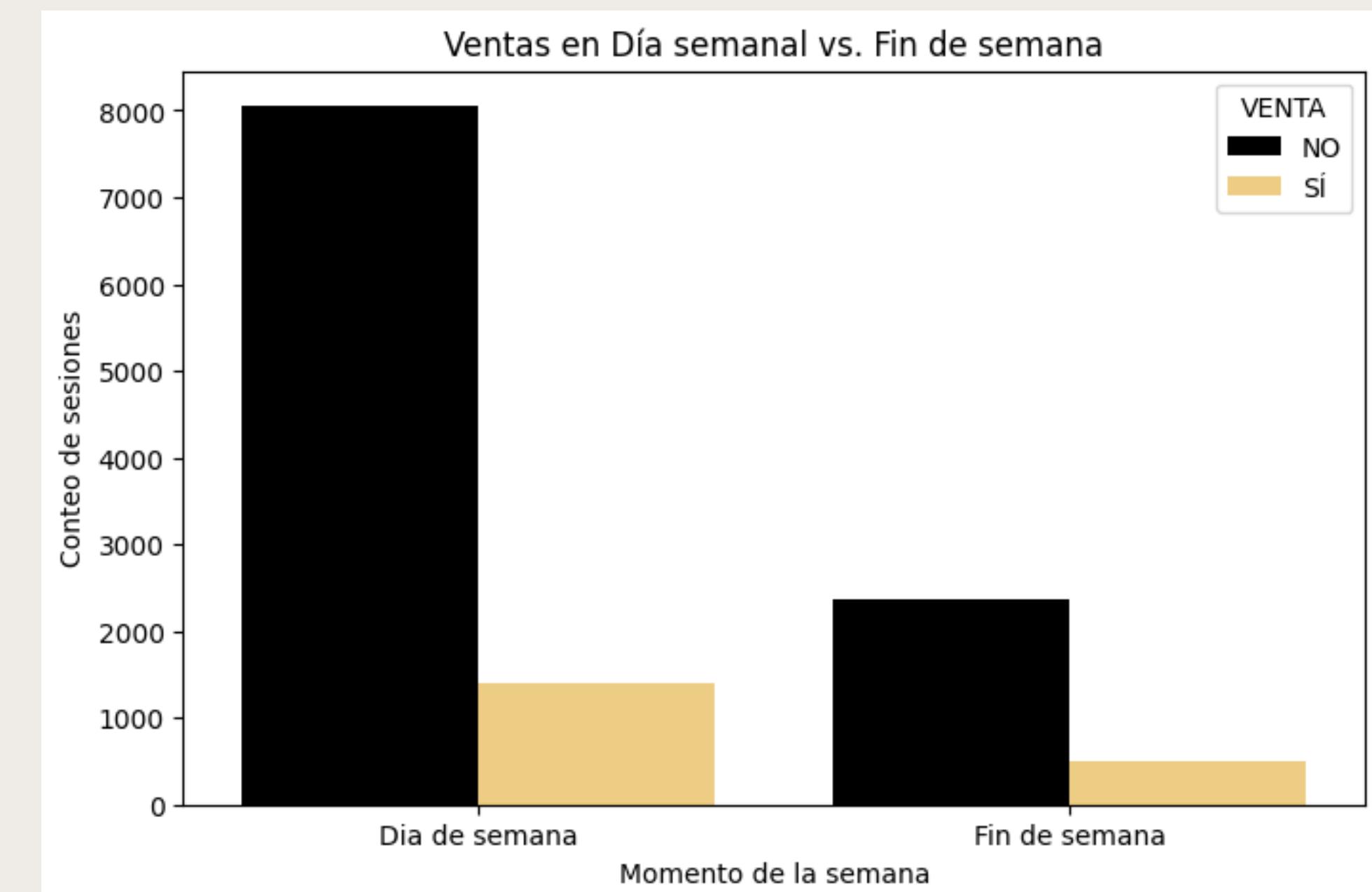
Meses con mayores ventas: Marzo, Mayo y Diciembre.

Pico de ventas: Noviembre (Black Friday).

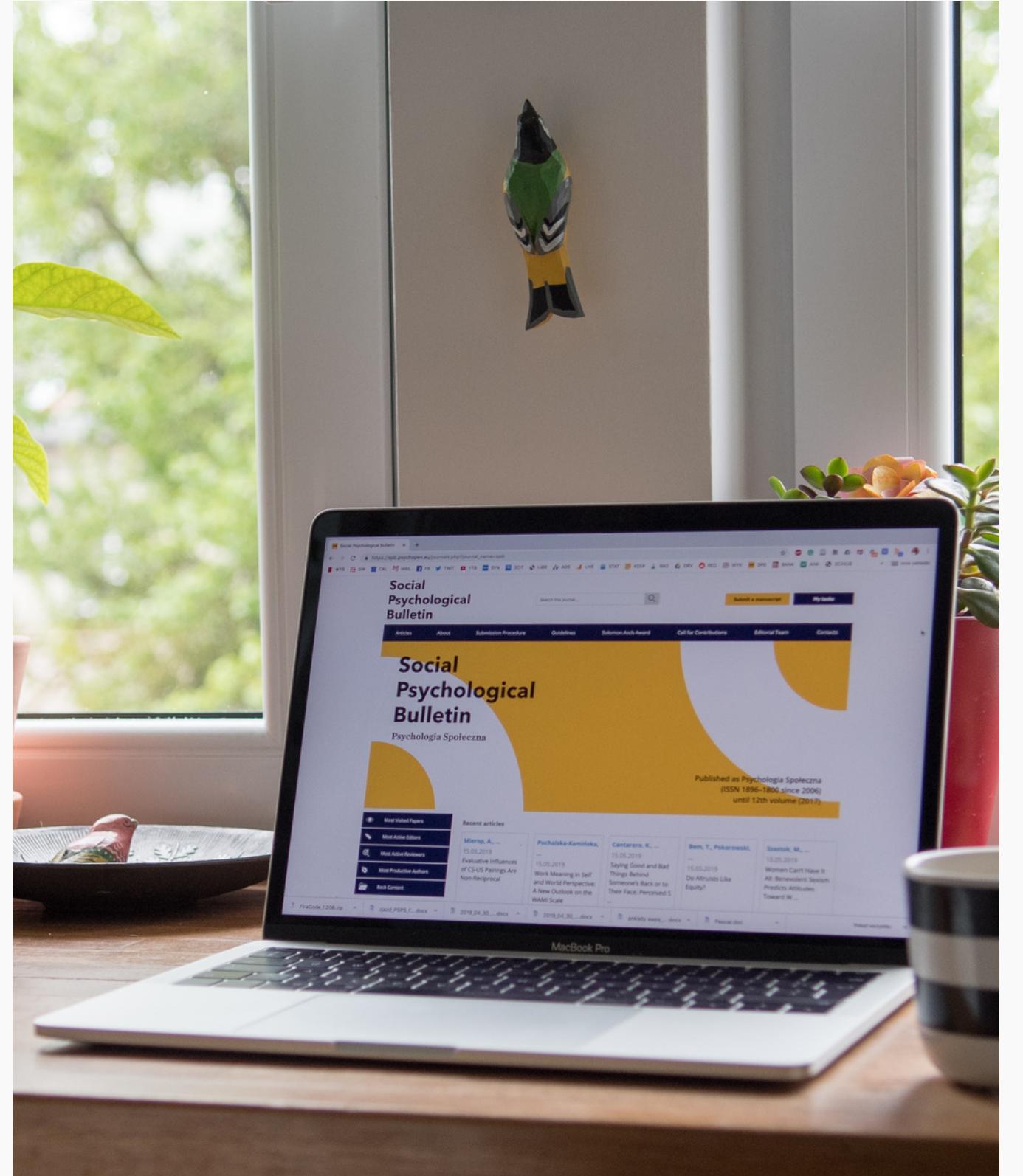


¿HAY ALGÚN MOMENTO EN QUÉ SE REALICEN MÁS VENTAS?

La mayoría de las ventas se realizan durante los días de semana.



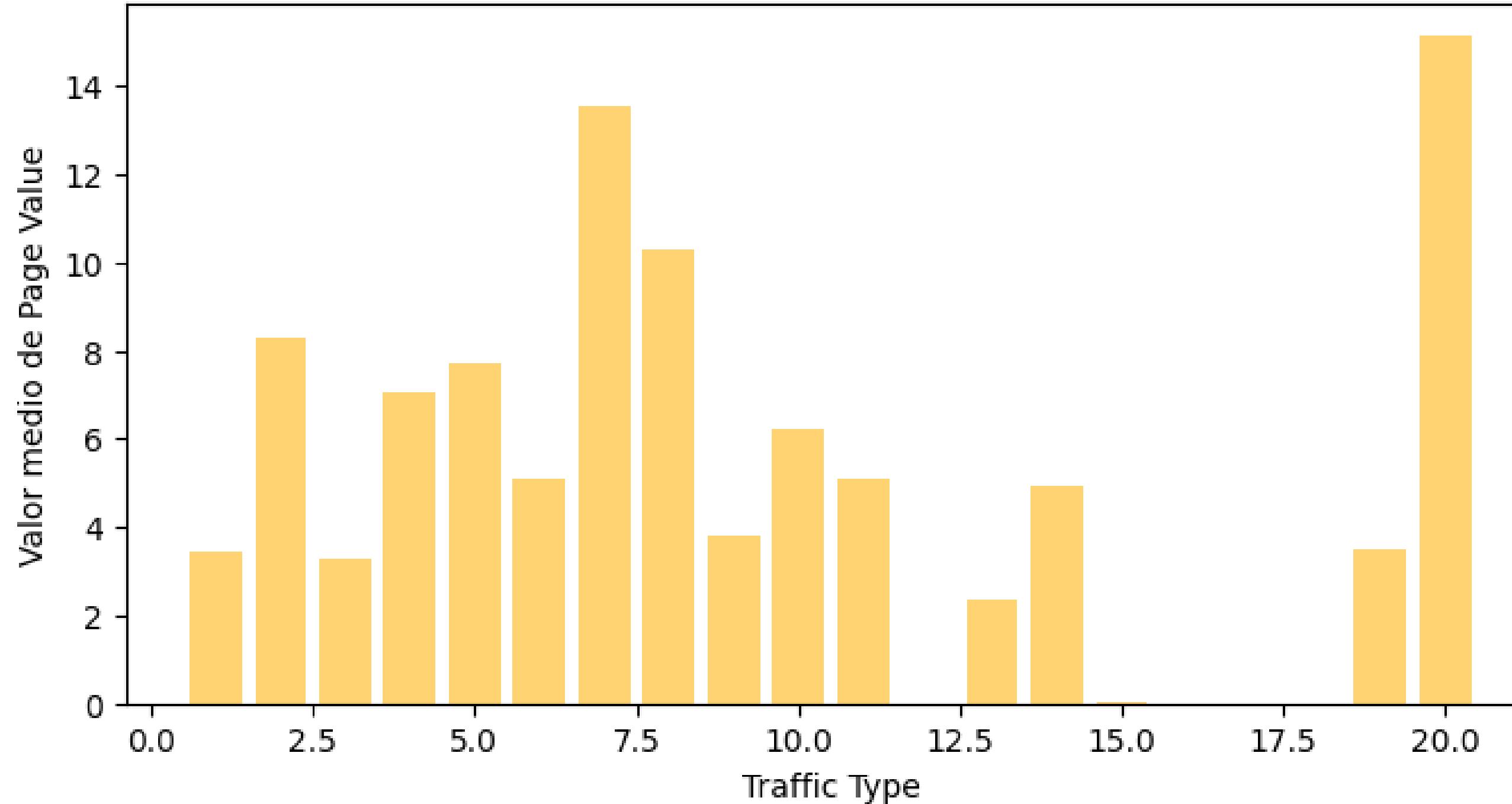
ANÁLISIS DE MÉTRICAS RELACIONADAS CON EL DESEMPEÑO DEL SITIO WEB



PAGE VALUE

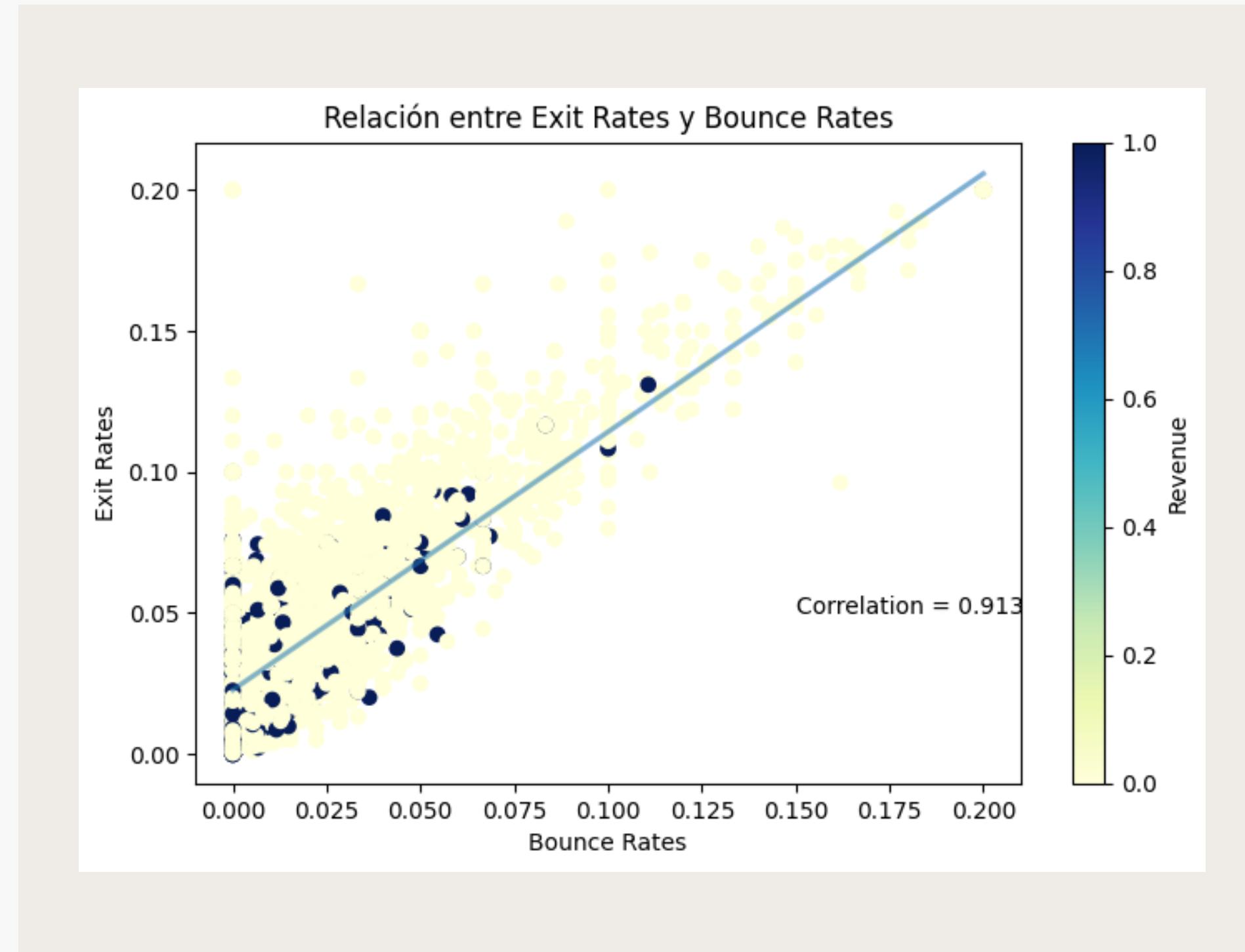
Los tráficos con el Page Value más alto son los más importantes

Valores medios de Page Values para Traffic type



EXIT RATES & BOUNCE RATES

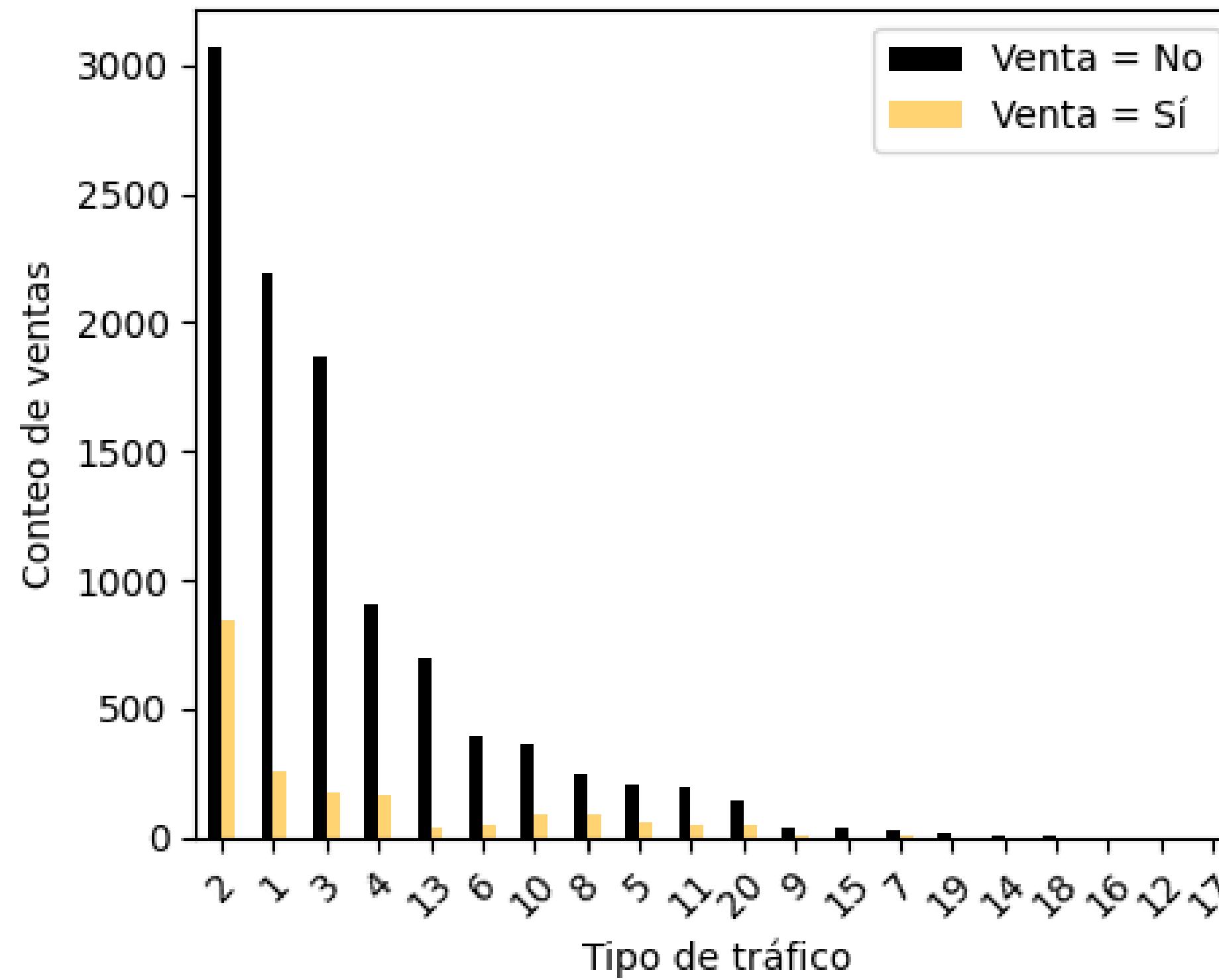
Porcentaje de sesiones con una Bounce Rate mayor a 0 es 55.25%.



TRAFFIC TYPE

L

Tipo de tráfico vs Conversión a venta



INSIGHTS Y RECOMENDACIONES

INSIGHTS

- 1** Estancamiento de ventas de Julio a Septiembre. Pico de ventas en Noviembre coincidiendo con el Black Friday.
- 2** Tasa de rebote alta, síntoma de debilidad en alguno de los factores de SEO.
- 3** La cantidad de nuevos visitantes es mínima-
- 4** Del punto anterior se desprende que las campañas de retención de clientes están siendo exitosas.
- 5** La mayoría de las ventas se realizó durante un día de semana.

RECOMENDACIONES

- 1** Realizar A/B test para identificar las débilidades del sitio web.
- 2** Mejorar la estrategia de SEO
- 3** Enfocar las estrategias en primera instancia en generar brand awareness.
- 4** Mejorar las estrategias de conversión. Con foco en la atracción de clientes durante el fin de semana