

# INFORME DE RESULTADOS DE UN ANÁLISIS PREDICTIVO DE ABANDONO EN TELEMARKETING

UVM Bootcamp Data Science

Proyecto Final



GERARDO RODRÍGUEZ

# Retos del negocio

Nuestra empresa se enfrenta a los siguientes desafíos:

- 1 Conocer a nuestro cliente y porque el 20% está inconforme de manera continua
- 2 Identificar porque nuestro Servicio presenta tantas fallas y porque sucede principalmente entre nuestros usuarios de menor monto ingresado.
- 3 Crear una estrategia que permita reducir las fallas en nuestro servicio.
- 4 Cambiar la imagen negativa que se ha dado de la empresa, creando una estrategia de Marketing para que los clientes renueven por más tiempo y se reduzca la inactividad de algunas cuentas, consideremos

¿Qué usuarios nos Abandonan?

Nivel de Monto: Niveles 0 al 3  
Estatus de uso: Más del 30% inactivo o con bajo uso  
Edad: de 25 a 54 años  
Plan: Pago por uso  
Gustan de usar SMS  
Abandono: -Menos de un año  
-Entre el 2do. Y 3er. Año  
Con pocos contactos

¿Porqué falla tanto nuestro servicio?

24,028 llamadas fallidas  
25% de clientes inactivos  
8% de clientes con quejas

Mejorar Nuestro Servicio

Reducir las llamadas Fallidas

Mejorar el Servicio al Cliente

Cambiar la Imagen Negativa

Promover un mejor Servicio

Hacer promociones para usuarios de uso frecuente con más minutos y SMS

Hacer promociones para conservar a los clientes leales al segundo y tercer año

Hacer promociones para reactivar el uso de cliente de Pago por uso

# Soluciones Propuestas

Se proponen las siguientes soluciones para seguir mejorando

1

## **Validación de datos de abandono del Cliente.**

PROPUESTA:

Realización de un estudio de mercado enfocado en clientes que han abandonado.

a) Población objetivo: usuarios entre 25 a 54 años, que fueron nuestros clientes en plan de pago por uso, con antigüedad de 0 a 3 años.

b) Objetivo del estudio: Identificar las causas de abandono, los servicios que gusta usar, las causas de la poca actividad, las promociones que le gustaría disfrutar.



3

## **Mejorar nuestro servicio**

PROPUESTA:

En base a los resultados del estudio anterior, validar la posibilidad de realizar las correcciones: mejorar tecnología actual, contratar más personal para monitoreo, reparaciones, atención al cliente.

Aplicar estrategias de mejora continua, alimentando el modelo de manera recurrente para irlo mejorando y tener en el radar posibles abandonos próximos.



2

## **Validación de fallas técnicas.**

PROPUESTA:

Realizar un estudio técnico para validar porque se dan las fallas en las llamadas.

Validar si tenemos la posibilidad de dar servicio a todos los clientes que tenemos.



4

## **Campañas de Marketing**

PROPUESTA:

Una vez corregidas las fallas en el servicio, promover que nuestro servicio ha mejorado por las nuevas inversiones realizadas.

Validar la posibilidad de crear un mecanismo para compensar a los clientes que han tenido o tengan fallas en el servicio.

Realizar promociones o planes de fidelidad en los que se brinden beneficios a los usuarios que conserven su servicio uno, dos o tres años, así mientras más tiempo se queden mejores precios podrán obtener. Ej. más SMS por prepagos realizados.

Reactivar a los usuarios inactivos, ofreciendo precios especiales en llamadas nocturnas.

Ofrecer promociones para clientes con pocos contactos, como precios especiales para hablar con tus personas favoritas de manera recurrente.



# Beneficios de negocio

Aplicar las propuestas permitirá obtener los siguientes beneficios:

1

## **Validación de datos de abandono del Cliente.**

BENEFICIOS:

- Validar nuestra hipótesis para seguir utilizándolo con confianza
- Utilizar la nueva data que nos comenten para generar un modelo que considere otras variable no identificadas hasta ahora.



3

## **Mejorar nuestro servicio**

BENEFICIOS:

Existe una correlación de abandono por las quejas de usuarios, y el mal servicio, realizar las correcciones en el servicio es importante para mantenernos competitivos y reducir el abandono.

Seguir utilizando los modelos predictivos e incorporando nuevos procesos nos garantizaran poder tener cierto grado de control y previsión rumbo a una mejora continua.



2

## **Validación de fallas técnicas.**

BENEFICIOS:

Identificar las fallas actuales y tener un plan de acción para eliminarlas o en su defecto controlarlas.

Tener claro donde debe invertirse para mejorar el servicio y garantizar el ancho de banda para poder seguir ofreciendo junto nuestros clientes.



4

## **Campañas de Marketing**

BENEFICIOS:

Dar confianza a clientes que abandonaron y clientes nuevos que nuestro servicio ha mejorado y que nos haremos responsables de las fallas.

Contar con un mecanismo de compensación a los clientes con fallas permitirá resarcir el daño a clientes actuales y reducir la mala imagen actual.

Las campañas de fidelidad ayudarán a reducir las tendencias de abandono de clientes que abandonan al año o a los dos y tres años respectivamente.

Promociones de más tiempo aire para clientes con plan de uso, ayudará a reducir la falta de uso en horarios donde el servicio no se ocupa.

Los clientes con pocos contactos son población que abandona, promociones para ellos nos ayudarán a conservarlos.

