

Caso Estudio Data analysis

Cross-Sell & Up-Sell
Estrategia

Desarrollo

1 Reto o problema

2 Solución ofrecida

3 Impacto

4 Tipo de solución

Reto/problematika

El costo de adquisición de nuevos **clientes es alto**

- Miles de artículos del catálogo crean un desafío de análisis
- Inventarios de productos específicos muy bajos
- Difícil de mostrar anuncios de ventas adicionales orientados en tiempo real

Soluciones

- Machine Learning para preparar datos y comparar cientos de modelos
- La salida del modelo “explicable” crea conocimientos para cualquier persona
- Integración del modelo con una plataforma de automatización

- 1 Clientes de grupo con patrones de compra similares
- 2 Identificar por qué los clientes compran productos adicionales
- 3 Descubrir nuevos patrones, tendencias y conocimiento
- 4 Enfoque de modelado predictivo

Los modelos predictivos impulsan la automatización de procesos

Prescribir el mejor curso de acción

Publicidad dirigida en tiempo real

Integrar con los procesos comerciales

Impacto

- 1 El ROI general de la plataforma paso de un 37% a un 52%
- 2 Las empresas toman decisiones más ágiles basadas en datos
- 3 Puede automatizar las actividades de ventas
- 4 El 70% de nuestros clientes dice que la recomendación de los productos es precisa
- 5 Los productos de baja rotación lograron sobresalir un 30% mas

Tipo de solución y modelo usado

Análisis del carrito de compra y sistemas de recomendación

Producto 1 Recomendación Recomendación



Natalia Acevedo

Eroa agencia

Gracias

 [@una.nacevedo](#)



 [@eroaagencia](#)