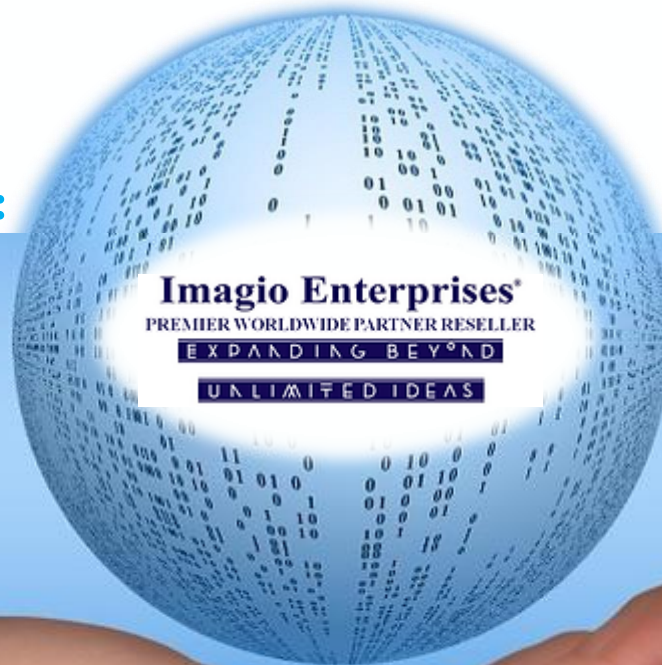


## Presentación de Capacidades: Ciencia y análisis de datos



# Análisis A1 ciencia de datos: ventajas

## Experiencia



Nuestro equipo de expertos en la materia tiene cada uno un promedio de 8 a 10 años en el campo. Colectivamente, tenemos **más 500 proyectos en nuestro haber, brindándole:**

- Experiencia profunda B2B y B2C
- Relaciones con los principales proveedores de datos a nivel mundial

## ROI de análisis rápido



Ofrecemos resultados rápidos y procesables con nuestro enfoque por fases:

- Identifica tus objetivos
- Aprovechar las fuentes de datos
- Construir modelos avanzados
- Compartir recomendaciones
- Escala de forma rentable

## Nuestro equipo global



Resolvemos sus problemas más complejos de manera rentable, con un rápido retorno de la inversión desde nuestras oficinas en todo el mundo, que incluyen:

- Silicon Valley
- Washington DC
- Pune, India
- Sydney, Australia

## Múltiples industrias



Hemos producido soluciones de alto retorno de la inversión para Autodesk, British Airways, Cisco, eBay, Oracle y F500 líderes en múltiples industrias, incluidas:

- Automotor
- comercio electrónico
- Servicios financieros
- Gobierno
- Salud y farmacia

# Evolución de la ciencia de datos: ¿Dónde está su



## Monitoring

- What's happening?
- Most operations monitor changes
- Data quality can be a problem
- Lag in systems can create delays



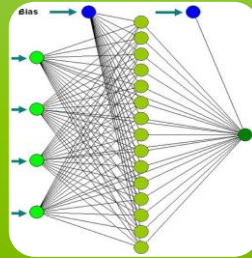
## Reporting

- What happened?
- Only as good as the systems
- Must be accurate at the atomic level
- Various departments may calculate things differently



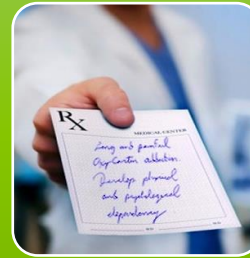
## Diagnostic

- Why did it happen?
- Advanced analytics can help
- Third party data append adds value such as geo-demographics, psychographics, or firmographics



## Predictive

- What may happen?
- Sampling methods are important
- Factors analysis reveals strongest predictors
- Various types of models can be used



## Prescriptive

- What should I do?
- Depends on the business case and objective
- Output can take various forms
- Automated model scoring
- Automated triggered events



## Cognitive

- Decision automation
- Guided by analysts
- Run autonomously
- Conditions change
- Continual tuning of models
- Systems that speak to each other
- Auto-learning

No importa dónde se encuentre en su adopción progresiva de análisis, podemos ayudarlo.

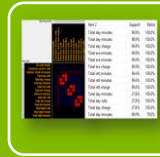
# Conviértase en una organización impulsada por la



## Data Audit

Our Data Audit is free to new customers

- Improve your overall business data 22-65%
- Improve your consumer deliverability by about 33%
- This can reduce costs and improve sales between 22-65%



## Product Cross-Sell and Up-Sell

Identify the ideal product mix for your target segments

- Intelligent market basket analysis can improve sales
- Cross-sell and up-sell can be improved 10% to over 300%
- Combine this with segmentation and timing analytics



## Predictive Dashboards

Go from looking backward to forward

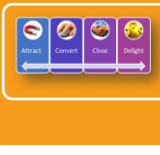
- Improve sales efficiency up to 2X to 8X
- Reduce marketing costs 5-50%



## Customer Churn-Reversal

Reduce churn by 10-80% before it occurs

- It can cost 5X-10X more to acquire than retain a customer
- Less than 20% of companies focus on churn mitigation
- We can reduce churn and improve LTV by 10-80%



## Customer Acquisition

We scale your customer base with data science

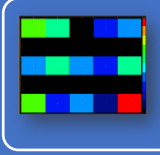
- We access over 78 million businesses worldwide
- We access over 500 million active consumers worldwide
- We can predict and identify your best prospects



## Predictive Customer Support

Improve your customer satisfaction and sales

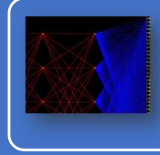
- You probably have very good support scores overall
- This is often not true for a company's biggest customers
- Predictive outbound calls can preempt expensive losses



## Customer Needs-based Segmentation

Use customer differences to your advantage

- Most marketing is only 5-14% effective
- Double your click-to-open by needs-based segmentation
- Reduce opt-out rates for your best segments by 70%



## Risk Management and Fraud Detection

Reduce internal and external losses

- Easily 5% of revenues each year are lost to fraud
- About 85% of fraudsters have a clean employment history
- Our models surface both unusual patterns and fraud

Nota: Estos son resultados representativos logrados con clientes y empleadores anteriores.

# Empezar es tan fácil

## Step 1

### Debate sobre análisis gratuito

- Sus necesidades, prioridades y análisis de brechas
- Análisis A1soluciones analíticas
- Tipos de datos que recopila actualmente
- Valioso 3<sup>tercero</sup>datos del partido que puedes aprovechar
- Funciones y responsabilidades
- Cronogramas básicos y estimaciones de costos.

## Step 2

### Descubrimiento (2-4 semanas)

- Guíe a su equipo en la preparación de datos
- Prepare sus datos para la construcción de modelos
- Mejora tus datos con 3<sup>tercero</sup>-datos del partido
- Aplicar análisis y modelos.
- Revise nuestros hallazgos con su equipo
- Establecer cronogramas y estimaciones de costos.

## Step 3

### Implementación (1-3 meses)

- Módulos integrados y pruebas internas
- Implementar en producción cada módulo
- Probar la recopilación de datos a escala
- Probamos la puntuación de modelos a escala
- Aprobación de la aceptación del proyecto

# Industrias y posibles soluciones

## Automotor



- Adopción del cinturón de seguridad
- Perfil del cliente
- Segmentación de clientes
- La satisfacción del cliente
- Análisis del cliente por primera vez
- Repetir el análisis del cliente
- Análisis de factores
- Venta cruzada
- Vender

## Comunicaciones



- Adquisición de clientes
- Control de abandono de clientes
- Perfil del cliente
- Segmentación de clientes
- La satisfacción del cliente
- Análisis del cliente por primera vez
- Repetir el análisis del cliente
- Análisis de factores
- Venta cruzada

## Educación



- Indexación de cuotas
- Adquisición de estudiantes
- Análisis de colocación laboral
- Psicografía estudiantil
- Geodemografía
- Análisis financiero
- Retorno de la inversión del curso
- Desempeño del profesor
- Desarrollo de campaña

## Seguridad empresarial



- Análisis de la cesta de la compra
- Modelos de venta cruzada
- Modelos de mayor venta
- Adquisición de clientes
- Venta de árboles genealógicos
- Actividad de la cuenta
- Análisis de comportamiento de contacto
- Señales prospectivas
- Inteligencia competitiva

# Industrias y posibles soluciones - continuación

## Servicios financieros



- Adquisición de clientes
- Perfil del cliente
- Segmentación de clientes
- Retorno de la inversión del cliente
- Análisis de cartera de préstamos.
- Detección de fraude
- Comercialización doméstica
- Estrategias de ventas de PFI
- Análisis de la cesta de la compras

## Alta tecnología



- Análisis de la cesta de la compra
- Modelos de venta cruzada
- Modelos de mayor venta
- Adquisición de clientes
- Venta de árboles genealógicos
- Actividad de la cuenta
- Análisis de comportamiento de contacto
- Señales prospectivas
- Inteligencia competitiva
- Programas comunitarios

## Cuidado de la salud



- Adquisición de pacientes
- Perfil del paciente
- Segmentación de pacientes
- Retorno de la inversión del paciente
- Detección de fraude en facturación
- Comercialización doméstica
- Análisis de ubicación
- Análisis de la mezcla de servicios

## Gobierno



- Estudios de adopción de seguridad.
- Mapas predictivos del crimen
- Servicios predictivos contra incendios
- Estudios de satisfacción
- Análisis de pensiones
- Abuso de horas extras
- Detección de fraude
- Efectividad del programa
- Análisis de redes sociales

# Industrias y posibles soluciones - continuación

## Farmacéutica



- Mapeo de cobertura
- Análisis de canales
- Segmentación de pacientes
- Retorno de la inversión del paciente
- Análisis de mezcla de productos
- Planificación de eventos MSL
- Mapeo del representante de ventas de campo
- Base de datos de atención administrada
- Análisis predictivo

## Minorista



- Adquisición de clientes
- Venta cruzada de clientes
- Venta adicional al cliente
- Programas de lealtad
- Comunidades en línea
- Mezcla de productos de la tienda
- Análisis del tiempo de conducción
- La satisfacción del cliente
- Servicio al Cliente

## Viajar



- Adquisición de clientes
- Venta cruzada de clientes
- Venta adicional al cliente
- Programas de lealtad
- Comunidades en línea
- Programas de afinidad de aerolíneas
- Embalaje de viaje
- La satisfacción del cliente
- Servicio al Cliente
- Programas corporativos

## Utilidades



- La satisfacción del cliente
- Análisis de nuevos participantes
- Análisis de adopción solar
- Perfil del cliente
- Segmentación de clientes
- Detección de anomalías de uso
- Mapeo temático
- mapeo multivariado
- Análisis del área de servicio
- Optimización del plan



# Éxitos de la ciencia y el análisis de datos

affymetrix

Autodesk

British Airways

cisco



- **Migración de Salesforce**  
Se utilizó un conector ODBC de terceros para migrar y actualizar miles de precios de productos en USD, euros y libras esterlinas.
- **Desempeño del equipo de ventas**  
Se identificaron factores clave asociados con el máximo desempeño del equipo de ventas.

- **Venta de árboles genealógicos B2B**  
Permitió a la empresa realizar ventas cruzadas en árboles genealógicos corporativos. Capturó la cuenta más grande en la historia de Autodesk.
- **Empoderamiento de socios**  
Desarrollé programas analíticos para los principales VAR, aumentando las ventas en un 800% en segmentos clave.

- **Programa de clientes empresariales**  
Realicé perfiles firmográficos de pasajeros de clase ejecutiva, lo que permitió a British Airways realizar una adquisición de clientes precisa.
- **Victoria de agencia importante**  
Gané la cuenta de British Airways de una agencia mucho más grande de Chicago.

- **Optimización de publicidad**  
Colaboró con el equipo creativo de la agencia registrada directa e interactiva de Cisco para lanzar un programa publicitario mundial, en reconocimiento a la venta millonésima de su enrutador más avanzado.

Clientes y proyectos que los miembros de nuestro equipo han empoderado en roles actuales o anteriores.

# Éxitos de la ciencia y el análisis de datos

(continuación)

eBay

Levi Strauss

Nielsen Móvil

Oráculo



- **La satisfacción del cliente**  
Se amplió la encuesta mensual de compradores y vendedores de eBay de 3 países de habla inglesa a más de 20.
- **Segmentación de clientes**  
Perfiles psicográficos que permitieron un mayor retorno de la inversión en publicidad en todo el mundo.

- **Lanzamiento del producto**  
Realicé análisis para el lanzamiento a nivel nacional del "Personal Pair" de Levi's, generando miles de informes en los medios.
- **Posicionamiento del producto**  
Mayor conocimiento de la marca entre el mercado objetivo más joven y de clase alta en Nordstrom y Macy's.

- **Inteligencia competitiva** Trabajó con T-Mobile para contrastar el sistema móvil de prueba (TEMS) de Telephia con el de Ericsson.
- **Mapa del sistema de telecomunicaciones**  
Creó un mapa predictivo que revela dónde es más probable que los operadores experimenten caídas de llamadas las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

- **Ferias**  
Realicé el análisis previo, show y post-show para Oracle OpenWorld.
- **Orientación de asistentes**  
Desarrolló el primer modelo predictivo de posibles asistentes y creó la primera inteligencia espacial de cualquier espectáculo de Oracle.

Clientes y proyectos que los miembros de nuestro equipo han empoderado en roles actuales o anteriores.

# Éxitos de la ciencia y el análisis de datos

## (continuación)

### Redes de Palo Alto

### Robert Mondavi

### T-Mobile

### Marina del Oeste



- **Generación de demanda**  
Aumento de clientes potenciales al asociarse con publicidad en línea y proveedores de datos externos.
- **Empoderamiento de ventas**  
Entregué señales de comportamiento en toda la jerarquía de cuentas a propietarios de cuentas individuales en todo el mundo a través de Tableau en Salesforce.

- **Base de datos de cliente**  
Creé una base de datos consolidada de todos los miembros del club de vinos, diversas encuestas y pedidos en línea.
- **Segmentación de clientes**  
Se identificaron modelos de venta cruzada y venta adicional para vinos tintos y blancos a precios bajos y altos.

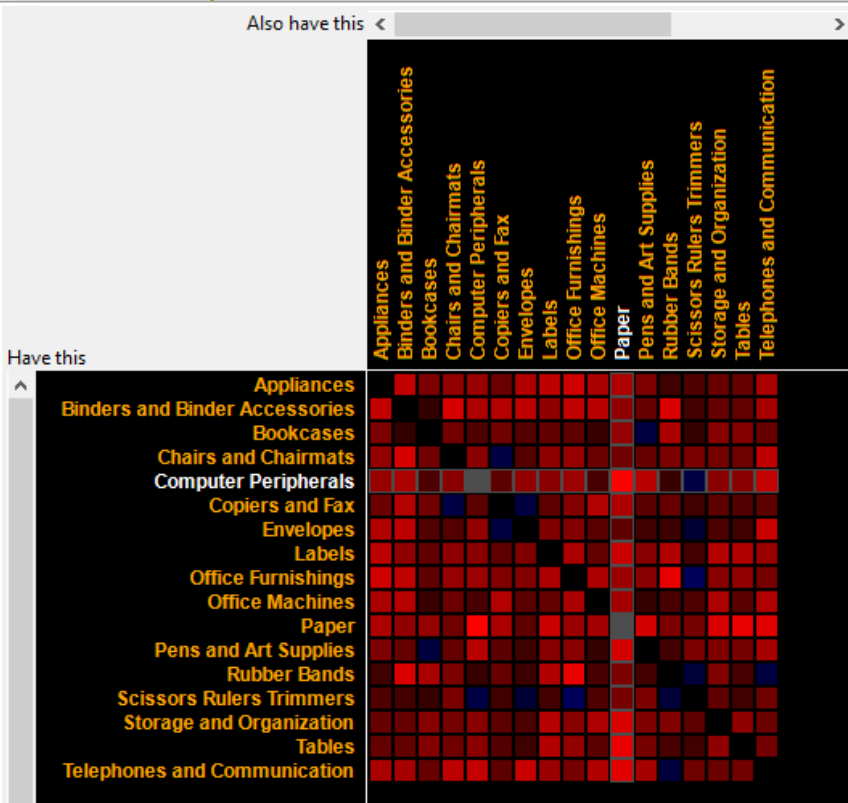
- **Inteligencia competitiva**  
Trabajé con T-Mobile para contrastar el sistema móvil de prueba (TEMS) de Telephia con el de Ericsson.
- **Mapa del sistema de telecomunicaciones**  
Creé un mapa predictivo para revelar dónde es más probable que los operadores experimenten caídas de llamadas las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

- **Campaña móvil**  
Se inició el uso de códigos QR y seguimiento de campañas MMS.
- **Segmentación de clientes**  
Creé todos los modelos de segmentación y targeting.
- **Monetizar la satisfacción**  
Modelo construido que revela el impacto financiero en CSAT.

Cientes y proyectos que los miembros de nuestro equipo han empoderado en roles actuales o anteriores.

# Productoventa cruzada: análisis de la cesta de la compra

MercadoEl análisis de la cesta revela qué productos van juntos, según el tipo de cliente. Funciona tanto para segmentaciones B2B como B2C. Úselo para mejorar los esfuerzos de venta cruzada en línea y fuera de línea.



Item 1	Item 2	Support	Ratios	Coefficients
Computer Peripherals	Paper	25.7%	46.6%	0.1040
Computer Peripherals	Telephones and Communication	25.7%	35.5%	0.0740
Computer Peripherals	Pens and Art Supplies	25.7%	26.6%	0.0676
Computer Peripherals	Binders and Binder Accessories	25.7%	34.2%	0.0624
Computer Peripherals	Office Furnishings	25.7%	30.5%	0.0535
Computer Peripherals	Appliances	25.7%	19.7%	0.0521
Computer Peripherals	Envelopes	25.7%	11.9%	0.0496
Computer Peripherals	Tables	25.7%	16.4%	0.0444
Computer Peripherals	Storage and Organization	25.7%	22.8%	0.0443
Computer Peripherals	Chairs and Chairmats	25.7%	16.8%	0.0442
Computer Peripherals	Labels	25.7%	13.3%	0.0442
Computer Peripherals	Copiers and Fax	25.7%	4.1%	0.0210
Computer Peripherals	Bookcases	25.7%	7.9%	0.0141
Computer Peripherals	Office Machines	25.7%	13.3%	0.0108
Computer Peripherals	Scissors Rulers Trimmers	25.7%	5.1%	-0.0085
Computer Peripherals	Rubber Bands	25.7%	7.1%	0.0029

# Productoventa cruzada: Análisis de desviación

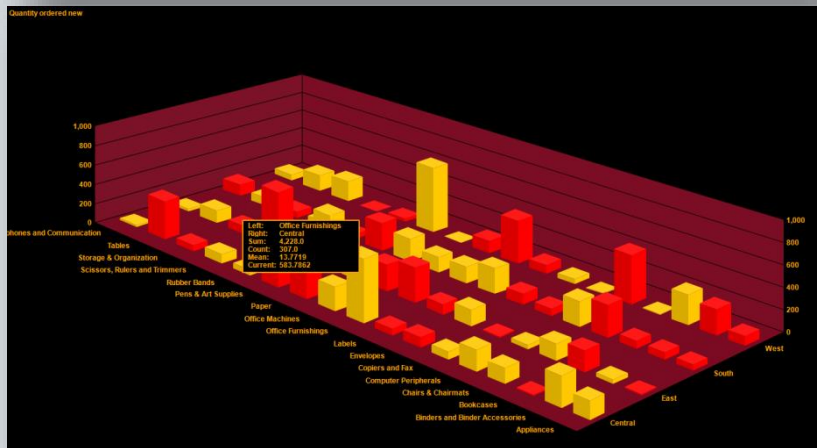
Quantity ordered new	Central		East		South		West	
Appliances	2,219.00	(31.51%)	1,873.00	(26.60%)	1,211.00	(17.20%)	1,737.00	(24.67%)
Binders and Binder Accessories	4,142.00	(31.28%)	3,582.00	(27.05%)	2,318.00	(17.50%)	3,197.00	(24.14%)
Bookcases	776.00	(28.80%)	530.00	(19.67%)	413.00	(15.33%)	975.00	(36.19%)
Chairs & Chairmats	1,986.00	(31.39%)	1,845.00	(29.16%)	845.00	(13.35%)	1,649.00	(26.07%)
Computer Peripherals	3,624.00	(30.88%)	3,184.00	(27.13%)	2,344.00	(19.97%)	2,583.00	(22.01%)
Copiers and Fax	418.00	(35.51%)	300.00	(25.48%)	145.00	(12.31%)	314.00	(26.67%)
Envelopes	1,064.00	(26.87%)	1,213.00	(30.63%)	608.00	(15.35%)	1,074.00	(27.12%)
Labels	1,344.00	(28.03%)	1,185.00	(24.71%)	1,107.00	(23.09%)	1,158.00	(24.15%)
Office Furnishings	4,228.00	(33.97%)	3,005.00	(24.14%)	2,401.00	(19.29%)	2,812.00	(22.59%)
Office Machines	1,597.00	(34.16%)	997.00	(21.33%)	990.00	(21.18%)	1,090.00	(23.32%)
Paper	5,237.00	(27.77%)	5,105.00	(27.07%)	3,617.00	(19.18%)	4,893.00	(25.95%)
Pens & Art Supplies	2,241.00	(20.84%)	3,403.00	(31.64%)	1,662.00	(15.45%)	3,446.00	(32.04%)
Rubber Bands	862.00	(31.28%)	767.00	(27.84%)	443.00	(16.07%)	683.00	(24.79%)
Scissors, Rulers and Trimmers	684.00	(33.96%)	376.00	(18.66%)	435.00	(21.59%)	519.00	(25.76%)
Storage & Organization	2,322.00	(28.53%)	2,095.00	(25.74%)	1,395.00	(17.14%)	2,325.00	(28.57%)
Tables	1,134.00	(21.86%)	1,516.00	(29.22%)	1,023.00	(19.72%)	1,514.00	(29.18%)
Telephones and Communication	4,205.00	(29.43%)	3,857.00	(27.00%)	2,452.00	(17.16%)	3,770.00	(26.39%)
<b>TOTAL</b>	<b>38,083.00</b>	<b>(29.28%)</b>	<b>34,833.00</b>	<b>(26.78%)</b>	<b>23,409.00</b>	<b>(17.99%)</b>	<b>33,739.00</b>	<b>(25.94%)</b>

Deviation Analytics revela la historia oculta en sus datos que es imposible de identificar utilizando herramientas estándar como Excel.

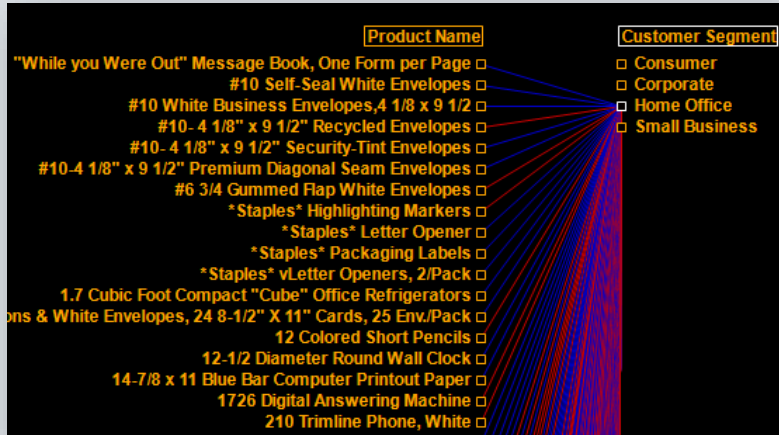
El análisis de desviación muestra dónde las ventas de sus productos son inusualmente altas o bajas, e incluso puede revelar lo que debería haber vendido si no hubiera habido sesgos. Contrasta los resultados observados con un resultado estadísticamente imparcial.

- Identificar patrones ocultos que no son posibles con Excel
- Revela lo que 'debiste' haber obtenido
- Calcular la relación de Observado / Esperado
- Revelar fortalezas y debilidades ocultas
- Realizar una mejor orientación

Nuestro equipo de ciencia de datos puede crear conocimientos de análisis de desviaciones que mejorarán el desempeño de su organización.



# Productoventa cruzada: análisis de correlación



El análisis de correlación puede revelar afinidades ocultas de productos para segmentos de clientes específicos, desde grupos de productos, subgrupos y hasta el nivel de SKU para cualquier segmentación de clientes.

## Beneficios del análisis de correlación

- Identifica combinaciones de productos clave para segmentos.
- Realiza ventas adicionales o cruzadas.
- Optimiza la planificación de inventario por segmento.
- Es muy flexible y puede usarse para todo, desde mejorar las ventas de productos hasta reducir los costos de envío.

Nuestra capacidad única de combinar sus datos con <sup>3</sup>tercero Los datos de las partes para realizar análisis de correlación darán como resultado mejores oportunidades de venta cruzada para su organización.

Home Office	Coefficients		
	r-value	r-square	
<input type="checkbox"/>	0.0426	0.0018	Electrix Halogen Magnifier Lamp
<input type="checkbox"/>	0.0387	0.0015	Accessory24
<input type="checkbox"/>	0.0363	0.0013	Executive Impressions 12" Wall Clock
<input type="checkbox"/>	0.0361	0.0013	Newell 325
<input type="checkbox"/>	0.0361	0.0013	Xerox 231
<input type="checkbox"/>	0.0344	0.0012	Letter/Legal File Tote with Clear Snap-On Lid, Black Granite
<input type="checkbox"/>	0.0341	0.0012	Microsoft Multimedia Keyboard
<input type="checkbox"/>	0.0326	0.0011	Avery Flip-Chart Easel Binder, Black
<input type="checkbox"/>	0.0313	0.0010	Kensington 6 Outlet MasterPiece® HOMEOFFCE Power Control
<input type="checkbox"/>	0.0313	0.0010	Imation IBM Formatted Diskettes, 100/Pack
<input type="checkbox"/>	0.0313	0.0010	Space Solutions™ Industrial Galvanized Steel Shelving.
<input type="checkbox"/>	0.0313	0.0010	GBC Clear Cover, 8-1/2 x 11, unpunched, 25 covers per pack
<input type="checkbox"/>	0.0310	0.0010	Mead 1st Gear 2" Zipper Binder, Asst. Colors
<input type="checkbox"/>	0.0303	0.0009	Tenex Contemporary Contur Chairmats for Low and Medium P
<input type="checkbox"/>	0.0303	0.0009	Bretford CR8500 Series Meeting Room Furniture

# Producto Ejemplo de venta cruzada: artículos de bajo

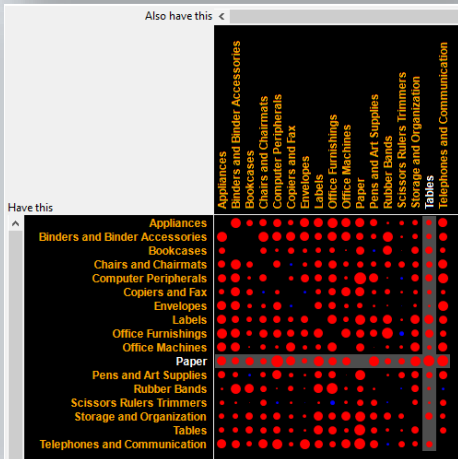
Product Base Margin	Consumer	Corporate	Home Office	Small Business
Appliances	0.5560	0.5560	0.5519	0.5553
Binders and Binder Accessories	0.3723	0.3752	0.3743	0.3731
Bookcases	0.6610	0.6513	0.6687	0.6628
Chairs & Chairmats	0.6302	0.6369	0.6425	0.6397
Computer Peripherals	0.5906	0.5860	0.6122	0.5801
Copiers and Fax	0.4366	0.4067	0.4230	0.4278
Envelopes	0.3715	0.3747	0.3713	0.3757
Labels	0.3746	0.3777	0.3748	0.3803
Office Furnishings	0.5224	0.5225	0.5260	0.5291
Office Machines	0.4450	0.4479	0.4459	0.4425
Paper	0.3754	0.3744	0.3755	0.3745

Al combinar el análisis de la canasta de mercado, el análisis de desviación y el análisis de correlación, podemos crear soluciones para artículos de bajo margen y líderes en pérdidas:

El análisis de la desviación revela que el papel se encuentra entre los artículos de menor margen.

Solución: realizar ventas cruzadas a clientes en promoción de periféricos de computadora.

En este caso, realizamos ventas cruzadas a compradores de papel sobre nuevas impresoras-copiadoras ecológicas de alta resolución.



L/N	Item 1	Item 2	Support	Ratios
1	Paper	Computer Peripherals	38.0%	31.5%
2	Paper	Tables	38.0%	17.8%
3	Paper	Telephones and Communication	38.0%	34.9%
4	Paper	Storage and Organization	38.0%	24.2%

# Monetizarpromotor neto: resumen ejecutivo

Net Promotor es una herramienta de gestión que se puede utilizar para medir la lealtad de las relaciones con los clientes de una empresa, basándose en las respuestas a la pregunta: ¿Qué probabilidades hay de que recomiende nuestra empresa/producto/servicio a un amigo o colega?

## Un enfoque avanzado de Net Promoter para B2B o B2C

A menos que usted *monetizar* Net Promotor, todo lo que tienes es una boleta de calificaciones; es difícilmente procesable. La mayoría de los proveedores en el negocio de los promotores web carecen de la experiencia necesaria para establecer las bases de datos. Para obtener el máximo retorno de la inversión de este tipo de programa, recomendamos integrar múltiples fuentes de datos:

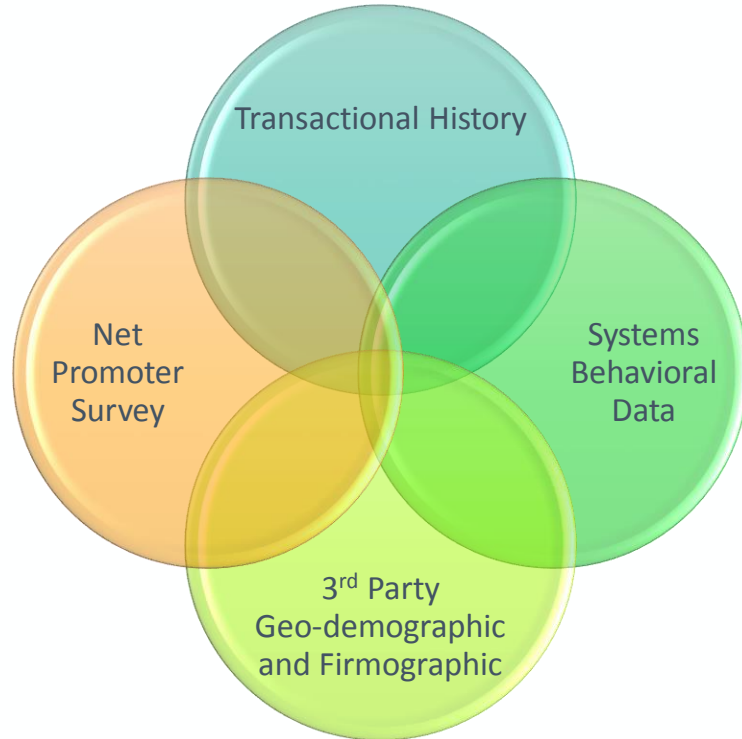
- Respuestas longitudinales de satisfacción del cliente, que abarcan varias áreas de satisfacción del producto.
- Historiales de transacciones, agregados por cliente, plan, producto, características, gasto y abandono
- Datos firmográficos, geodemográficos y psicográficos para abrir oportunidades para conocimientos y aplicaciones mucho mayores.

Una vez que se ha recopilado este tipo de datos, nuestro equipo de ciencia de datos puede generar información valiosa y sugerir procesos automatizados como:

- Sistema de alerta temprana de abandono
- Motor de recomendación automatizado de venta cruzada de cesta de la compra
- Motor de recomendación de optimización de planes.
- Modelado de adquisición de nuevos clientes basado en geodemografía y psicografía.



# Monetizar al promotor neto: Ventajas



Al combinar historiales transaccionales, datos firmográficos (SIC/NAICS), geodemográficos y psicográficos (Experian Mosaic) y de uso de sistemas, podrá comprender mejor:

**Impulsores de la satisfacción:** Algunos factores son causales y otros son correlativos. Nuestro trabajo es revelar qué palancas controlas mejor.

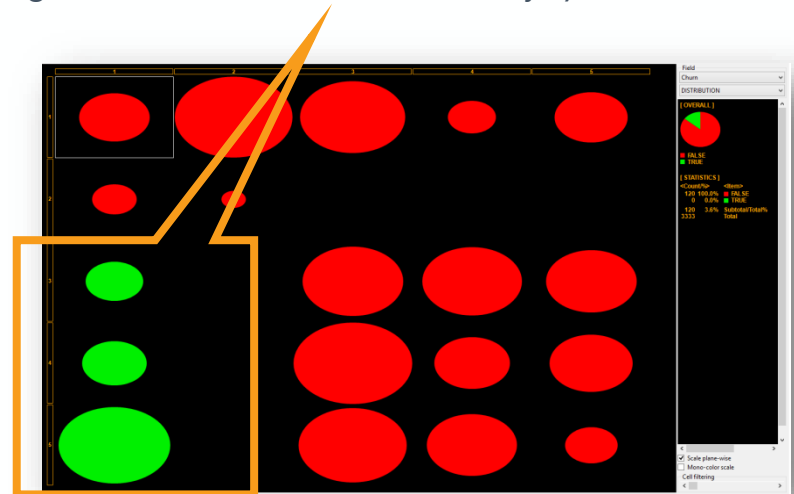
**Pruebas históricas:** Cuando los clientes tienen un historial de captar la satisfacción del cliente con respecto a productos y servicios, se puede construir un modelo que revele el impacto que esos factores tienen en la satisfacción, la lealtad, la deserción y, por supuesto, la rentabilidad.

# Neuralsegmentación de red

No.	Field name	Data type	Minimum	Maximum	Average	Categories
1	State	CATEGORY				51
2	Account length	INTEGER	1	243	101.06	
3	Area code	COMMENT				
4	International plan	CATEGORY				2
5	Voice mail plan	CATEGORY				2
6	Number vmail messages	INTEGER	0	51	8.099009	
7	Total day minutes	REAL	0.0	350.8	179.77	
8	Total day calls	INTEGER	0	165	100.43	
9	Total day charge	REAL	0.0	59.64	30.562307	
10	Total eve minutes	REAL	0.0	363.7	200.98	
11	Total eve calls	INTEGER	0	170	100.11	
12	Total eve charge	REAL	0.0	30.91	17.083540	
13	Total night minutes	REAL	23.2	395.0	200.87	
14	Total night calls	INTEGER	33	175	100.10	
15	Total night charge	REAL	1.04	17.77	9.039324	
16	Total intl minutes	REAL	0.0	20.0	10.237293	
17	Total intl calls	INTEGER	0	20	4.479447	
18	Total intl charge	REAL	0.0	5.4	2.764581	
19	Customer service calls	INTEGER	0	9	1.562856	
20	Churn	CATEGORY				2

Preparación de datos: trabajamos con sus equipos de marketing y TI para identificar los metadatos (datos sobre los datos) disponibles para la creación de modelos. Luego preparamos esos datos para el análisis de redes neuronales.

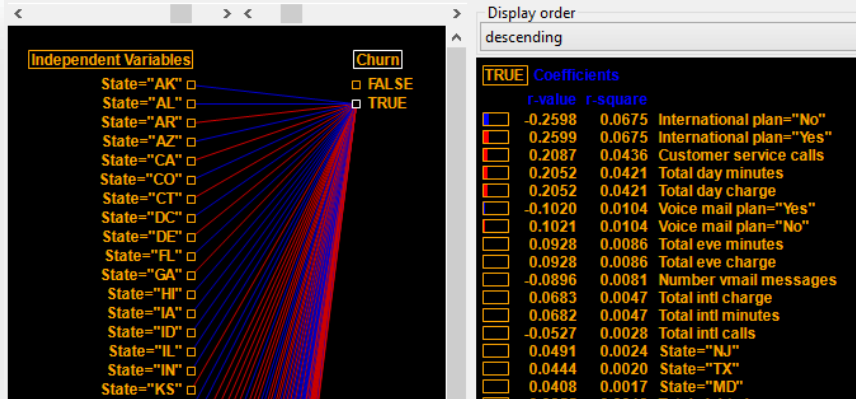
En este ejemplo de telecomunicaciones, estamos explorando los factores que contribuyen a la deserción e identificando segmentos de Net Promoter Score bajo y con alta rotación.



# Neuralsegmentación de red - continuación

Los dos grupos principales representan sólo el 9,1% de los clientes, pero representan el 83,4% de toda la deserción.

Label	Count	%	cum.	%	Class	%	cum.	%	captured%	row/column	Predicate
	302	9.1%	302	9.1%	302	100.0%	302	100.0%	62.5%	(5, 1)	(5, 1)
	101	3.0%	403	12.1%	101	100.0%	403	100.0%	83.4%	(4, 1)	(4, 1)



Cuando examinamos el grupo de mayor abandono, descubrimos las siguientes características:

- Puntuaciones bajas de Net Promoter
- El cliente tiene un plan internacional
- Índices de clientes altos para llamadas de servicio
- Índices de clientes altos para el total de minutos del día y alto costo
- Índices de clientes bajos por tener plan de correo de voz
- El índice de Nueva Jersey (Puerto Rico) y Texas (México) sube

# Neuralsegmentación de red - continuación

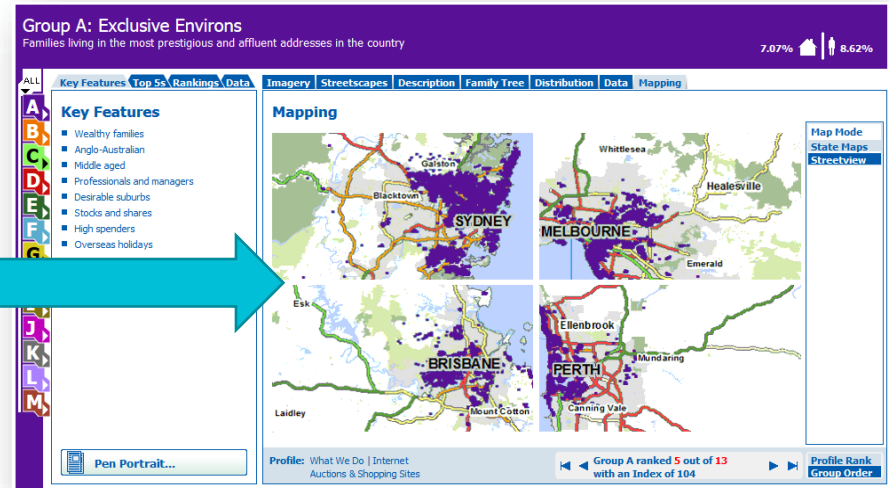
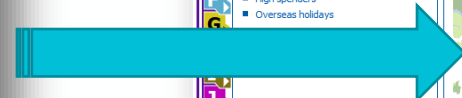
Beneficios de la segmentación de redes neuronales monetizar Net Promoter son muchos:

## Identificar grupos con características comunes.

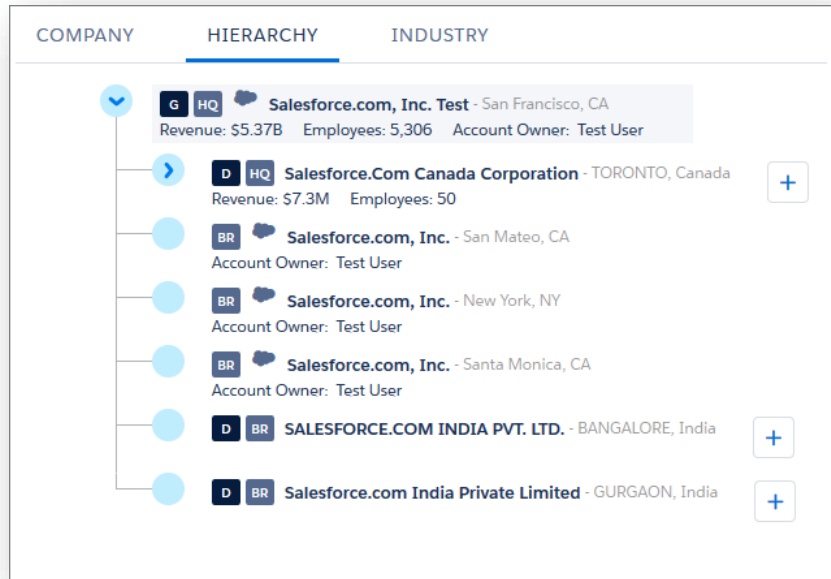
- Revelar segmentos con inquietudes comunes
- Descubra patrones de uso
- Permitir esfuerzos de marketing más específicos
- Venta cruzada o up-sell inteligente
- Identifique a los clientes en riesgo antes de que abandonen
- Eliminar algunos segmentos del marketing por completo

## Combinar psicografía y geodemografía

- Cree perfiles de segmentos mucho más ricos
- Identificar socios de marketing para los consumidores.
- Mejora tu tono y tus mensajes
- Superponer cobertura de telecomunicaciones con grupos psicográficos



# firmográfica perfilado y segmentación



Podemos crear perfiles firmográficos y segmentación para que puedas monetizar Net Promoter usando:

**3<sup>er</sup> Datos del partido** de Dun & Bradstreet y/o HG Data para permitirle agregar un valor tremendo a los análisis de Net Promoter

- Códigos SIC/NAICS
- Tamaño de la empresa y gasto en telecomunicaciones
- Familia corporativa
- Los competidores utilizaron al cliente potencial o cliente.

**Análisis de penetración:** Al comprender la oportunidad de mercado subyacente en el nivel SIC de 6 dígitos, se pueden identificar oportunidades con una alta propensión a comprar.

**Árboles genealógicos avanzados:** Una de las estrategias de ventas más sencillas es dirigirse a los miembros de la familia corporativa, como las subsidiarias (subsidiarias de Salesforce.com en este ejemplo) y predecir tanto la propensión como el LTV potencial de cada miembro.



# Basado en las necesidades de segmentación - continuación

Este grupo depende en gran medida del soporte de los proveedores.

	D	E	F	G	H	I	J
3	Green	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
4	Purple	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
5	Purple	Blue	Blue	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
6	Purple	Blue	Blue	Red	Red	Red	Red
7	Purple	Blue	Blue	Red	Red	Red	Red
8	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown
9	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown
10	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown	Brown

Este grupo elige las mejores soluciones puntuales

## Beneficios:

1. Se basa en la segmentación de su red neuronal basada en datos.
2. Completa la imagen con conocimientos más profundos.
3. Identifica grupos con necesidades y percepciones comunes.
4. Simplifica el marketing mientras mejora su relevancia.
5. Aún puede usar los microsegmentos para calificar su base de datos.
6. Ideal para entender a tus clientes a nivel personal:
  - Quiénes son en términos de título, función y nivel
  - Lo que hacen en el trabajo y lo que quieren de un proveedor
  - Dónde encajan en el proceso de decisión
  - Cuándo toman decisiones y por qué
  - ¿Cuánto presupuesto y autoridad controlan en esas decisiones?

# Monetizar promotor neto: Fases

## Fase 1: Exploración y conocimientos (3 - 6 semanas)

- Determinar con qué datos tenemos que trabajar
- Colaborar en la preparación de muestra estadística.
- Preparar datos para la construcción de modelos.
- Construir segmentación de redes neuronales
- Identificar segmentos que podemos explotar para obtener ganancias
- Construir árboles de decisión y modelos de regresión
- Revise nuestros hallazgos y recomendaciones
- Discutir oportunidades para escalar globalmente

## Fase 2: Automatización y Escala Inicial

- De acuerdo en 3 cualesquiera <sup>tercero</sup> datos psicográficos del partido
- Determinar componentes específicos para automatizar
- Establecer cronogramas e hitos
- Desarrolle los módulos y las pruebas internas.
- El cliente aprueba UAT (Prueba de aceptación del usuario)
- Implementar en módulos de producción en secuencia
- Pruebe la recopilación de datos, el modelo y los paneles a escala
- Identificar los próximos pasos para las ventas.

## Fase 3: Operar y aumentar la escala/integración



# Automotor: Analítica aplicada

## Automotive



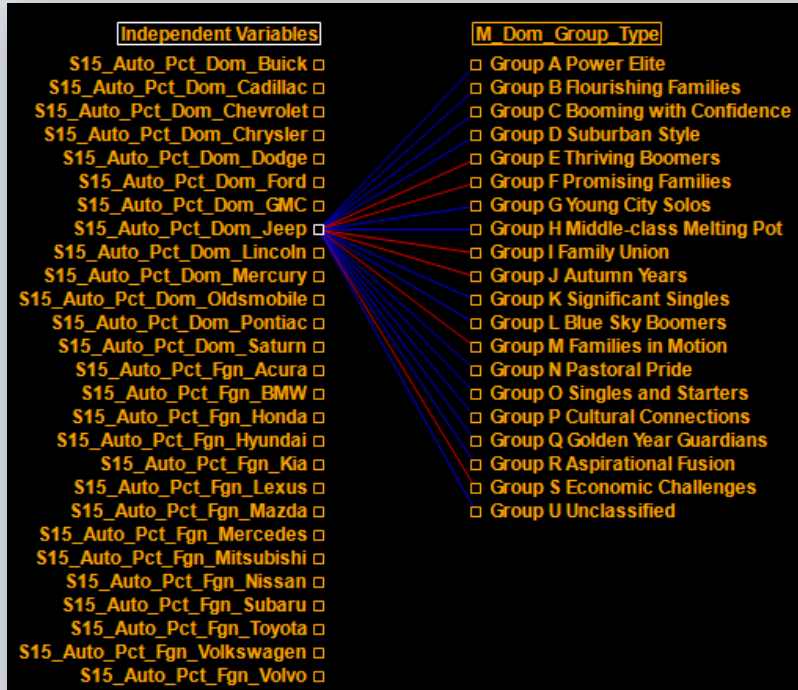
## Análisis predictivo y prescriptivo de automoción

Como la mayoría de las industrias, los márgenes de la industria automotriz se están reduciendo y la competencia por nuevos clientes y negocios repetidos nunca ha sido tan intensa. Afortunadamente, el análisis avanzado, incluido el análisis predictivo y prescriptivo, puede ayudar a su empresa a mejorar en todos los aspectos, desde el diseño de vehículos hasta las ventas y el servicio al cliente.

### Te podemos ayudar:

- Cree perfiles de clientes con gran detalle
- Crear segmentación de clientes para mejorar la segmentación
- Mejorar la satisfacción del cliente para mejorar el valor de por vida
- Incrementar la adquisición de clientes por primera vez
- Mejorar el tiempo y la orientación de los clientes recurrentes
- Cree análisis de factores para todo tipo de estudios.

# Automotor: Perfil del cliente



## Grupo Psicográfico

El análisis psicográfico le permite tomar decisiones más inteligentes en sus decisiones de ventas, marketing y atención al cliente.

Utilizamos Experian Mosaic, que ofrece 19 grupos y 71 tipos, lo que le permite conocer casi todos los aspectos de su base de clientes. Podemos profundizar hasta el nivel real del hogar.

Una vez que conozca los grupos y tipos psicográficos más asociados con sus productos y servicios (o los de sus competidores), se abre un mundo de conocimientos para su empresa.

Las siguientes diapositivas utilizan la industria automotriz y Jeep como ejemplo, pero podríamos realizar el mismo análisis para otras marcas importantes en diversas industrias.

# Automotor: Ejemplo de perfil de cliente para Jeep

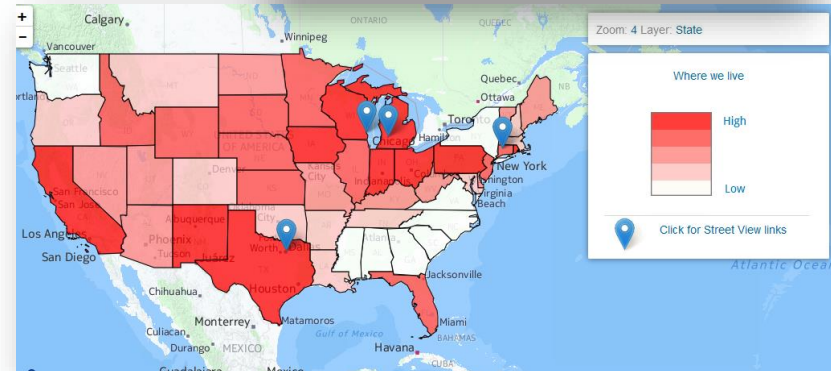


## Jeep: grupo psicográfico y tipos

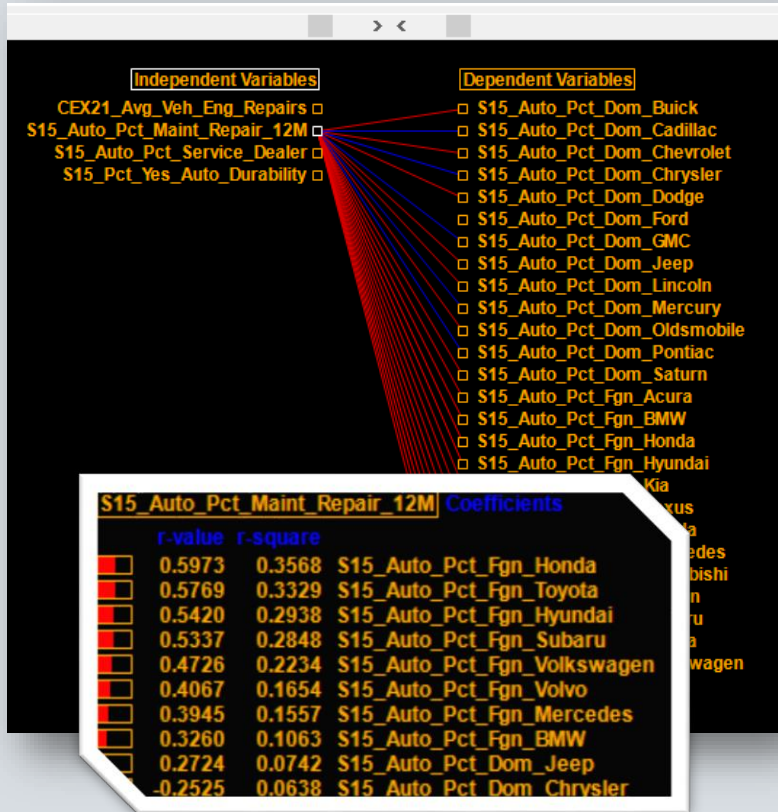
- Jeep se correlaciona primero con el grupo “Unión Familiar”
- Jeep ocupa el segundo lugar en el grupo de “Thriving Boomers”

\$15_Auto_Pct_Dom_Jeep		Coefficients
r-value	r-square	
0.3984	0.1587	Group I Family Union
0.2604	0.0678	Group E Thriving Boomers
-0.1795	0.0323	Group U Unclassified
-0.1650	0.0273	Group C Booming with Confidence
-0.1597	0.0256	Group O Singles and Starters
0.1523	0.0232	Group J Autumn Years

Household income \$50,000-\$74,999  
 Sent money to person outside U.S.  
 Messages with coupons very useful  
 46-50 years Young adult in household  
 Home value \$150,000-\$174,999  
 5+ persons in household  
 3+ TVs in household  
 3+ vehicles  
 Do not speak English  
 Presence of a child 10-12 years  
 Electronic educational toys  
 Blue collar occupation  
 Soccer  
 Married with kids



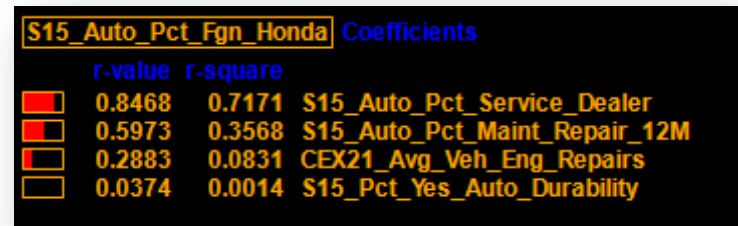
# Automotor: Marca correlacionada con la propensión



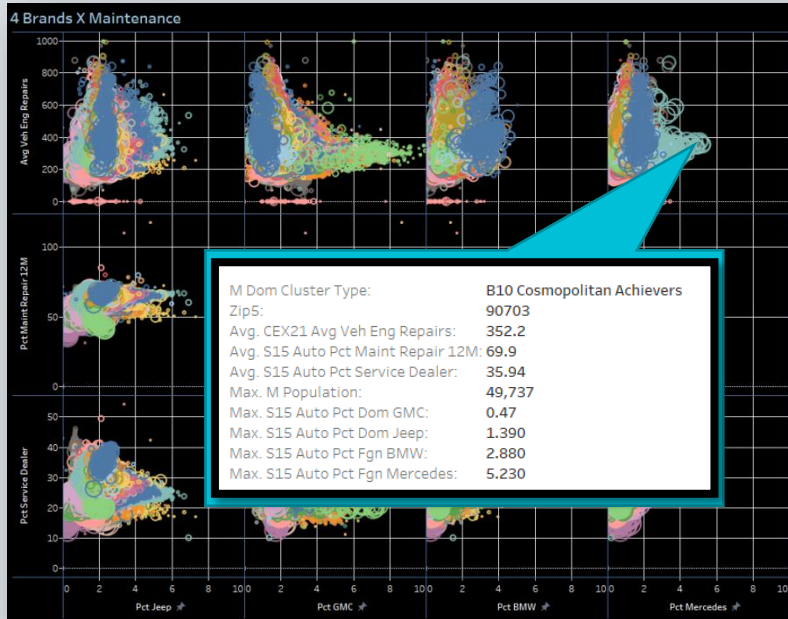
## Propensión al servicio

Este ejemplo ilustra el uso del análisis de correlación para comparar las métricas de servicios automotrices con las marcas. Podemos utilizar métodos similares para analizar datos de telemetría de servicios en tiempo real y luego avanzar hacia análisis predictivos y prescriptivos.

- Honda obtiene los índices más altos en mantenimiento o reparación (Para las marcas en este análisis)
- Honda también obtiene el índice más alto en servicio de concesionario (En comparación con el servicio proporcionado por no distribuidor)



# Automotor: Reparaciones psicográficas y de marca correlacionadas



## Servicio por marca y psicográfico.

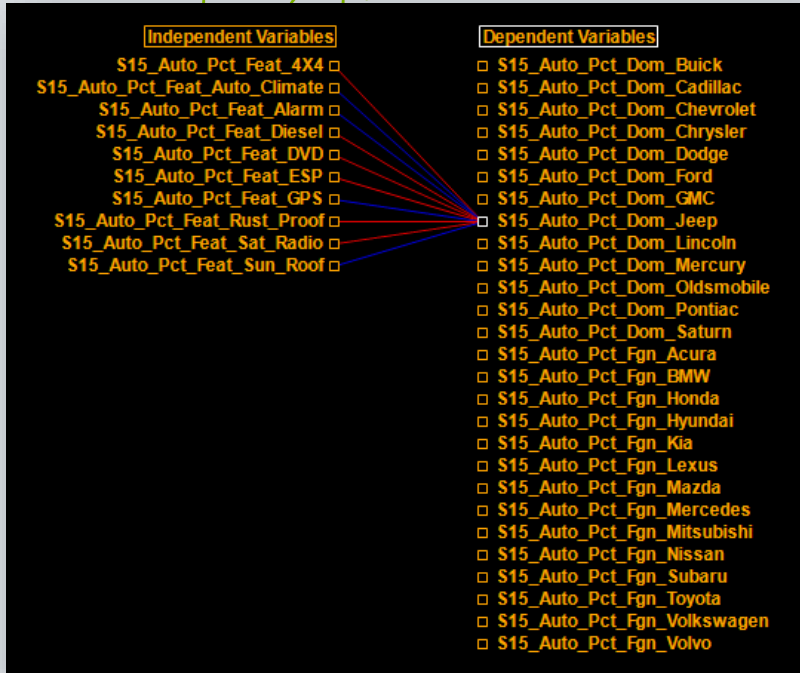
Se pueden obtener conocimientos valiosos y prácticos cuando combinamos la psicografía con información de servicio, como el promedio de reparaciones del motor de un vehículo, el historial de mantenimiento de 12 meses y la preferencia por los departamentos de servicio del concesionario.

Por ejemplo, es posible que los planes de servicio extendido (ESP) no sean rentables para todos los segmentos. El cliente debe centrarse en aquellos segmentos donde el ROI es alto y hacer menos promoción en aquellos segmentos que tienen muchas reparaciones durante el período ESP.

Nuestros modelos predictivos de equilibrio ESP:

- Permita que el cliente mejore su estrategia de mensajería
- Permitir que el cliente logre una mayor adopción de ESP
- Identifique segmentos con un retorno de la inversión de garantía bajo o negativo

# Automotor: Correlacionar la marca con las



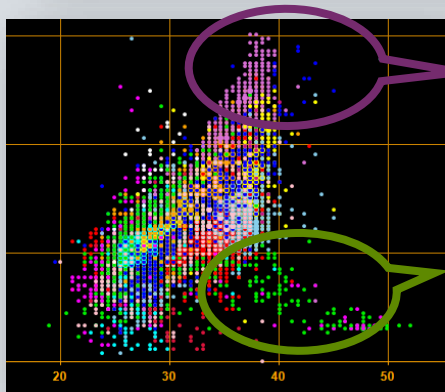
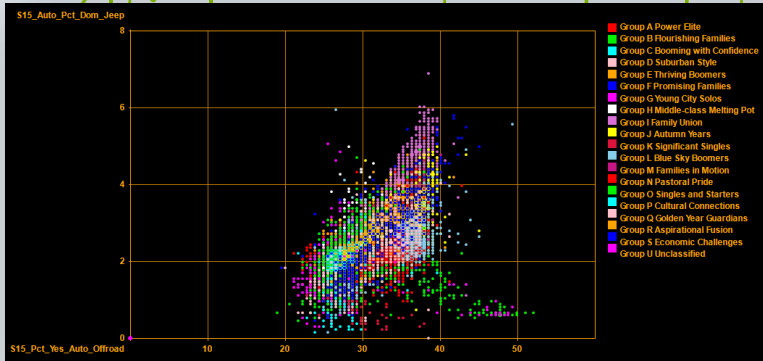
## Marca - Modelo - Análisis de características

Este ejemplo ilustra el uso del análisis de correlación para comparar las características del automóvil con las marcas. Aquí hemos seleccionado Jeep, pero podríamos examinar marcas individuales o todas las marcas frente a todas las características. ¿Qué nos dice esto sobre la popularidad de las funciones de Jeep?

- Jeep está fuertemente correlacionado con el 4X4 como característica
- Los planes de servicio extendido (ESP) son complementos populares
- La protección contra la oxidación es una oportunidad adicional de ingresos

S15_Auto_Pct_Dom_Jeep		Coefficients
r-value	r-square	
<input type="checkbox"/> 0.4988	0.2488	S15_Auto_Pct_Feat_4X4
<input type="checkbox"/> 0.3901	0.1522	S15_Auto_Pct_Feat_ESP
<input type="checkbox"/> 0.3107	0.0966	S15_Auto_Pct_Feat_Rust_Proof
<input type="checkbox"/> -0.2040	0.0417	S15_Auto_Pct_Feat_Sun_Roof
<input type="checkbox"/> 0.1935	0.0374	S15_Auto_Pct_Feat_Diesel
<input type="checkbox"/> -0.1790	0.0321	S15_Auto_Pct_Feat_GPS
<input type="checkbox"/> -0.1540	0.0237	S15_Auto_Pct_Feat_Auto_Climate
<input type="checkbox"/> 0.0978	0.0096	S15_Auto_Pct_Feat_Sat_Radio
<input type="checkbox"/> -0.0548	0.0030	S15_Auto_Pct_Feat_Alarm
<input type="checkbox"/> 0.0134	0.0002	S15_Auto_Pct_Feat_DVD

# Automotor: Los diagramas de dispersión contrastan



Jeep todoterreno

Todoterrenos que no son jeeps

## Marca - Característica - Grupo Psicográfico

Al utilizar diagramas de dispersión, podemos contrastar más de un punto de datos simultáneamente.

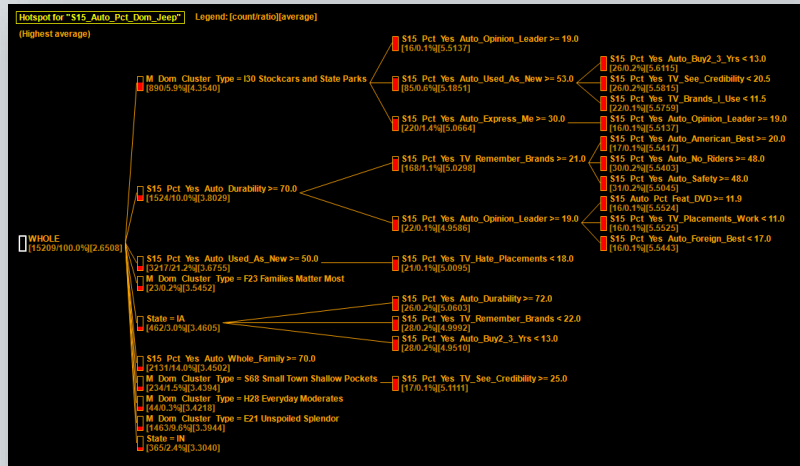
Los diferentes grupos psicográficos tienen distintos niveles de adopción de Jeep.

Podemos ver en el gráfico de la izquierda que hay dos grupos todoterreno fuertes; el grupo morado son leales a Jeep, mientras que los verdes no lo son.

Nuestro equipo de análisis y ciencia de datos puede:

- Identificar patrones ocultos en la compra y el uso.
- Explorar las causas fundamentales a través de grupos focales y encuestas.
- Mejore sus mensajes y segmentación

# Automotor: Características de análisis de hotspot



## Jeep – Características de ramificación

No existe un “único” comprador de Jeep. Nuestro análisis de puntos críticos produce una especie de árbol con ramas que tienen varias características en cuanto a marca, estilo de vida y presupuesto.

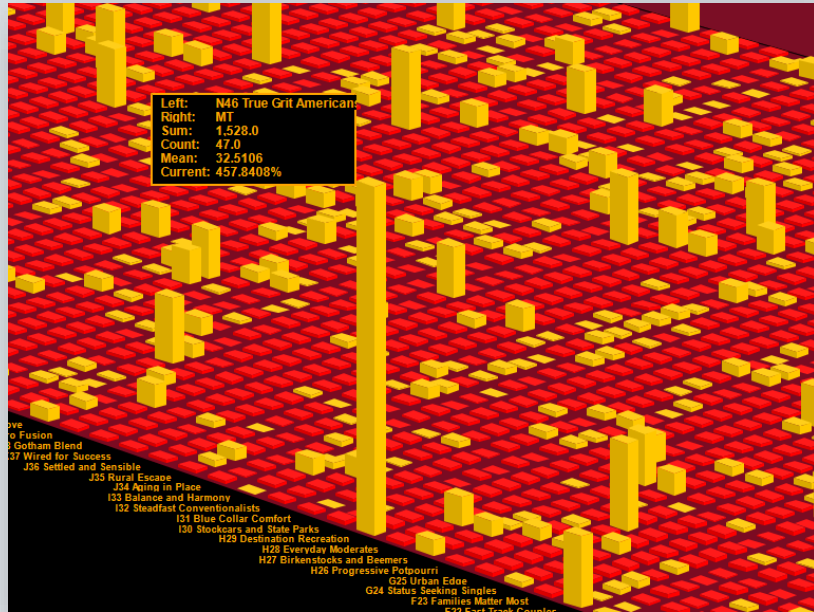
Este tipo de análisis permite a su equipo realizar comunicaciones de marketing y tomar decisiones de orientación más informadas. Se pueden combinar varios factores de interés, como otros productos de consumo utilizados, actividades recreativas e incluso sentimiento político.

En este ejemplo, mostramos que los compradores de Jeep:

- Caer en el grupo psicográfico “Stockcars and State Parks”
- Cree que la durabilidad del automóvil es importante
- A menudo consideran las necesidades de toda su familia.
- Cree que Jeep expresa su personalidad



# Automotor: Análisis de desviación



## El análisis de la desviación revela patrones insuficientes y excesivos

Herramientas como Excel hacen un buen trabajo al mostrar los altibajos según la población. Excel, sin embargo, no revela los valores esperados versus los valores reales.

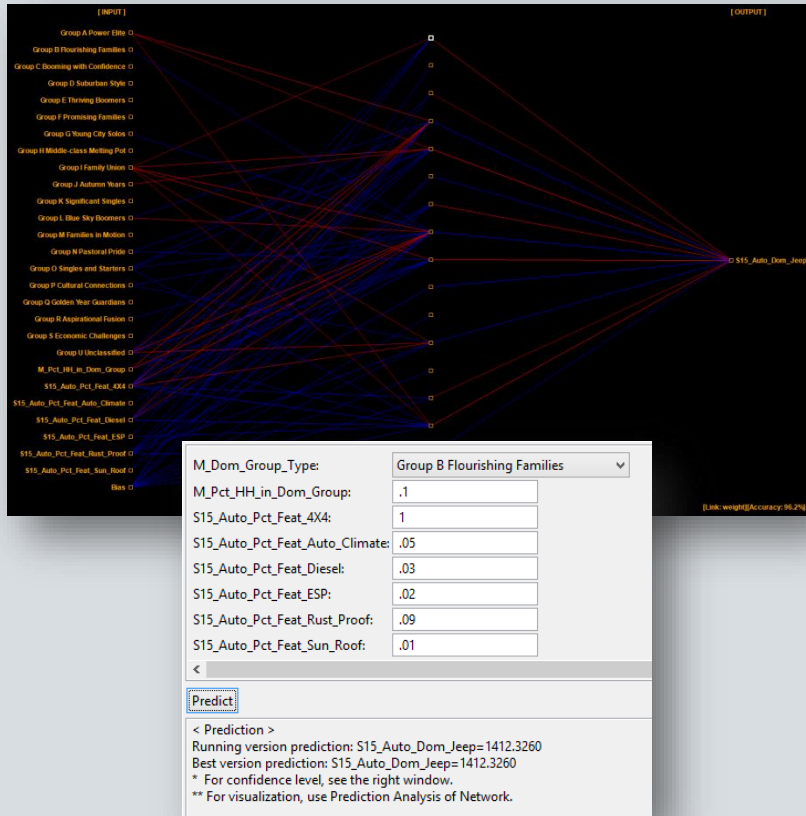
El análisis de desviación, por otro lado, revela ganancias o pérdidas que están fuera de los valores esperados.

El análisis de desviación se puede ver como un gráfico o una tabla.

## Ejemplo de jeep:

- El valor esperado es el valor estadístico imparcial.
- El valor obtenido es lo que realmente tienes en una celda.
- Valor de desviación = Obtenido - Valor esperado
- Ratio de desviación = Valor obtenido / esperado
- True Grit American en Montana es un 457% más alto para Jeep
- Podemos identificar todas las demás células Jeep superiores.

# Automotor: Redes neuronales



## Predicciones de redes neuronales

Entre los diversos modelos que utilizamos para predecir resultados, uno de los más flexibles son las redes neuronales, que nos permiten combinar campos numéricos y categóricos para hacer predicciones.

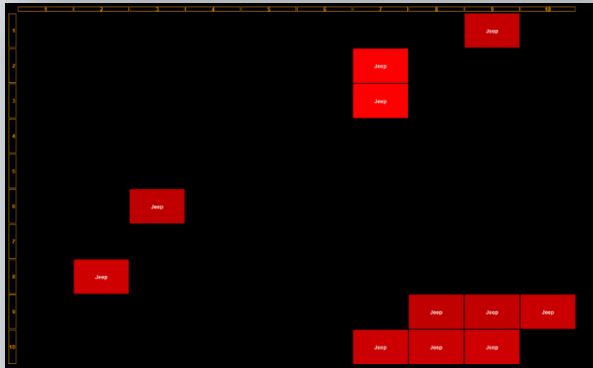
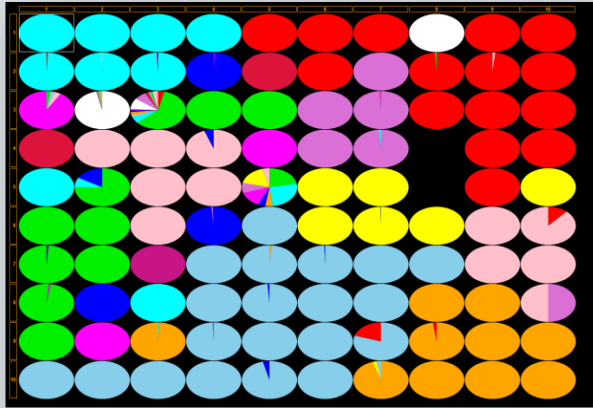
Podemos crear modelos que:

- Están puntuando automáticamente
- Se puede utilizar para crear aplicaciones de usuario predictivas.
- Se puede actualizar dinámicamente

## Ejemplo de jeep:

Utilizamos una red neuronal para predecir los códigos postales ideales a los que apuntar para las ventas de Jeep.

# Automotor: Segmentación de redes neuronales



## Segmentación de redes neuronales: ejemplo de Jeep

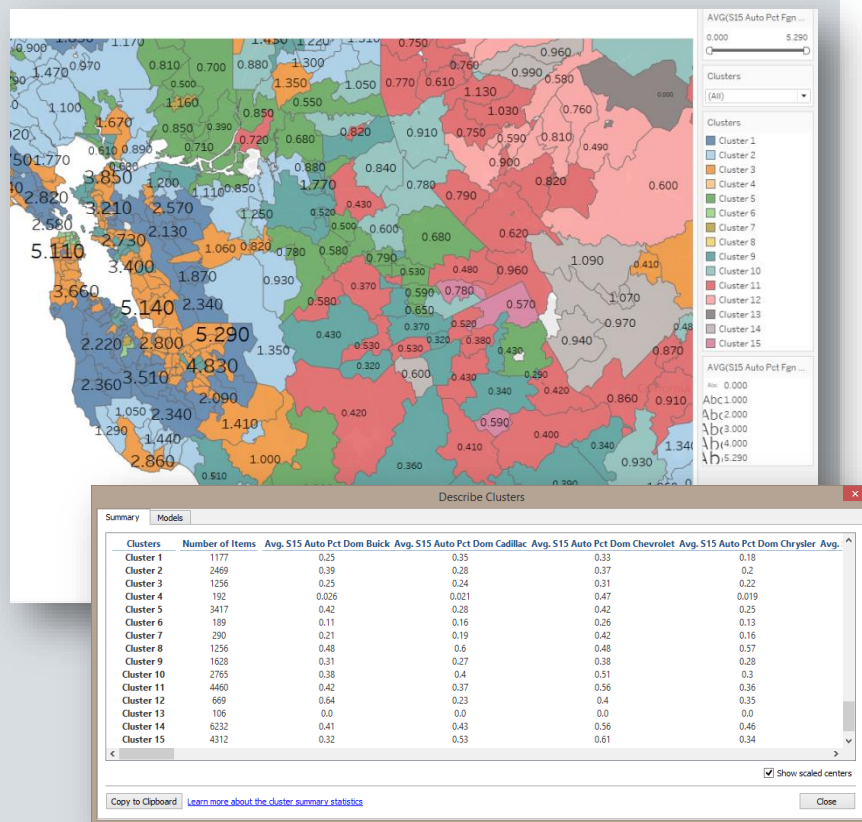
La segmentación de redes neuronales agrupa clústeres que tienen características similares. Centrémonos en los grupos Jeep.

El gráfico en la parte inferior izquierda muestra que los grupos de Jeep varían lo suficiente (están dispersos en el gráfico, en lugar de estar todos juntos) como para que diferentes tipos de mensajes y esfuerzos de orientación puedan funcionar mejor.

Beneficios de la segmentación de redes neuronales:

- Muy útil para identificar grupos de clientes.
- Gran nivel de detalle posible en las descripciones de los grupos.
- Se puede utilizar para dirigirse a clientes potenciales ideales y mejorar el retorno de la inversión.
- Puede simplificar y mejorar la comunicación o la publicidad.

# Automotor: Segmentación combinada con mapeo

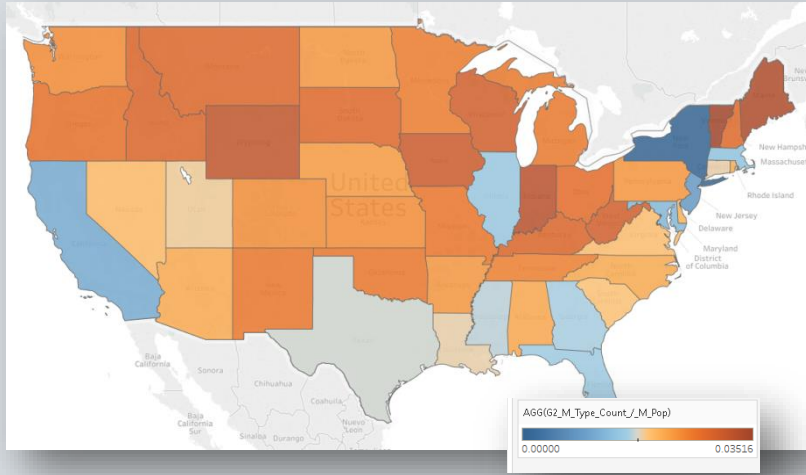


## Combinando agrupación de k-medias con mapeo

Podemos combinar la segmentación de redes neuronales con el mapeo o utilizar la agrupación de k-means directamente en nuestros paneles, para que nuestro cliente pueda realizar fácilmente las siguientes tareas analíticas:

- Decide con cuántos clusters quieres trabajar
- Agregar o eliminar cualquier campo de datos de la agrupación
- Clúster en cualquier nivel de geografía respaldado por datos
- Comprender qué hace que cada grupo sea diferente
- Filtrar los clusters por cualquiera de los campos disponibles

# Automotor: Mapeo predictivo



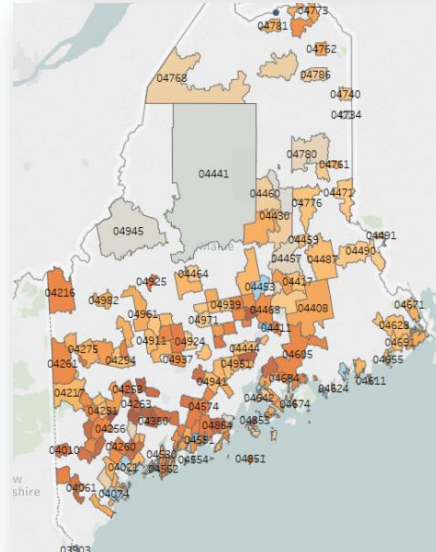
- Los modelos predictivos identifican estados clave
- Perforamos en Maine (el estado más fuerte)
- Luego podemos identificar códigos postales clave.
- Tipo psicográfico ideal = Stockcars y parques estatales
- Finalmente, podemos identificar el hogar Jeep ideal.

## Usando mapeo predictivo para Jeep

### La ubicación ideal para anunciar Jeep en Maine:

Creamos un mapa predictivo de ventas de Jeep que nos permite identificar el estado, la ciudad, el código postal e incluso el hogar ideales.

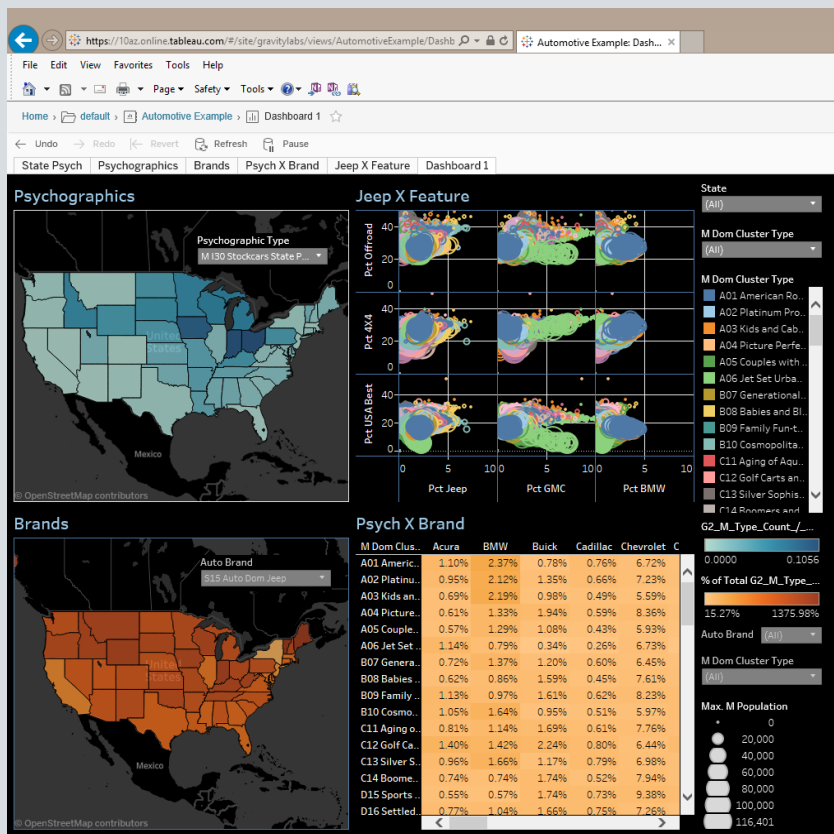
### Stockcars y parques estatales



#### Key Features

- Country living
- Outdoor activities
- Blue-collar jobs
- Family-centric activities
- Conservative views
- Motor sports fans

# Automotor: Reuniéndolo todo para ti



## Panel de inteligencia automotriz

Reunimos todos estos análisis descriptivos y predictivos en un panel alojado creado específicamente para usted.

- Estados y códigos postales con el índice más alto de marcas de automóviles
- Tipos psicográficos que se adaptan mejor a las marcas de automóviles
- Factores de correlación y marcas por geografía.
  - Entusiastas del todoterreno
  - compradores de 4X4
  - Percepción sobre la calidad estadounidense versus la extranjera
  - Cientos de otros factores para la exploración

## Beneficios de tener análisis A1 construir y alojar:

- Experiencia en análisis profundo
- Inteligencia descriptiva, predictiva y prescriptiva
- Nuevas actualizaciones periódicamente
- Toda su inteligencia empresarial en un solo lugar