



# Analytics en la base de la pirámide

CUSTOMER ANALYTICS REGIÓN SUR  
2017



UNIVERSIDAD  
**AUSTRAL**

INGENIERÍA



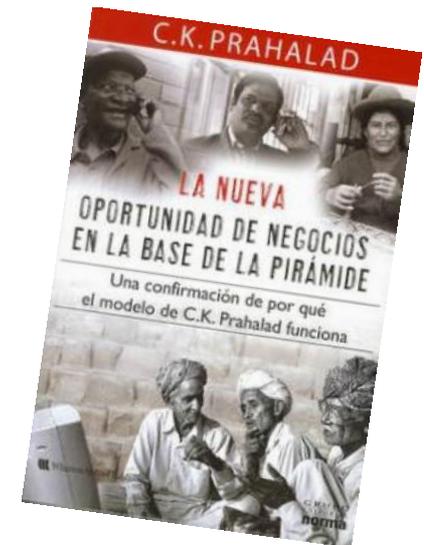
# *¿Analytics en la base de la pirámide?*

## Analytics

Analizar la base de clientes en cuanto a su comportamiento para ayudar a responder preguntas al negocio.

La oportunidad de negocios  
en la base de la pirámide.

C.K. Prahalad



Prepago  
Argentina



INGENIERÍA



# ¿Analytics en la base de la pirámide?

Para llegar al consumidor en la base de la pirámide es necesario

# A

**Asequibilidad** : empaque de porción única o de un novedoso plan de compras, la clave es que los productos sean asequibles, sin sacrificar la calidad ni la eficacia.

# A

**Acceso**: las pautas de distribución del producto y servicio debe tener en cuenta el lugar de residencia de los consumidores, así como sus pautas de trabajo.

# D

**Disponibilidad**: para los consumidores la decisión de compra suele basarse en el dinero en efectivo que tienen a mano en un momento determinado. No les es posible postergar las decisiones de compra.

# Directv Prepago

## Auto-instalable



Se puede comprar en supermercados, ferreterías...

## 2 paquetes de programación

BRONCE

\$499<sup>(1)</sup> 30 días en un pago  
105 señales

PLATA

\$639<sup>(2)</sup> 30 días en un pago  
120 señales

También se puede acceder al paquete Oro (166 señales)

## Recargas

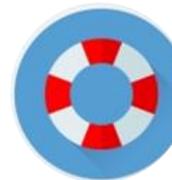
Recargas cuando querés ver!



Mínima  
Parcial  
OneShot



## Herramientas de crédito



SOS (2 días)  
Dame Saldo (5 días)





**“Los clientes compran por sus razones, no por las tuyas”**

ORVEL RAY WILSON

# Directv Prepago

## Objetivo:

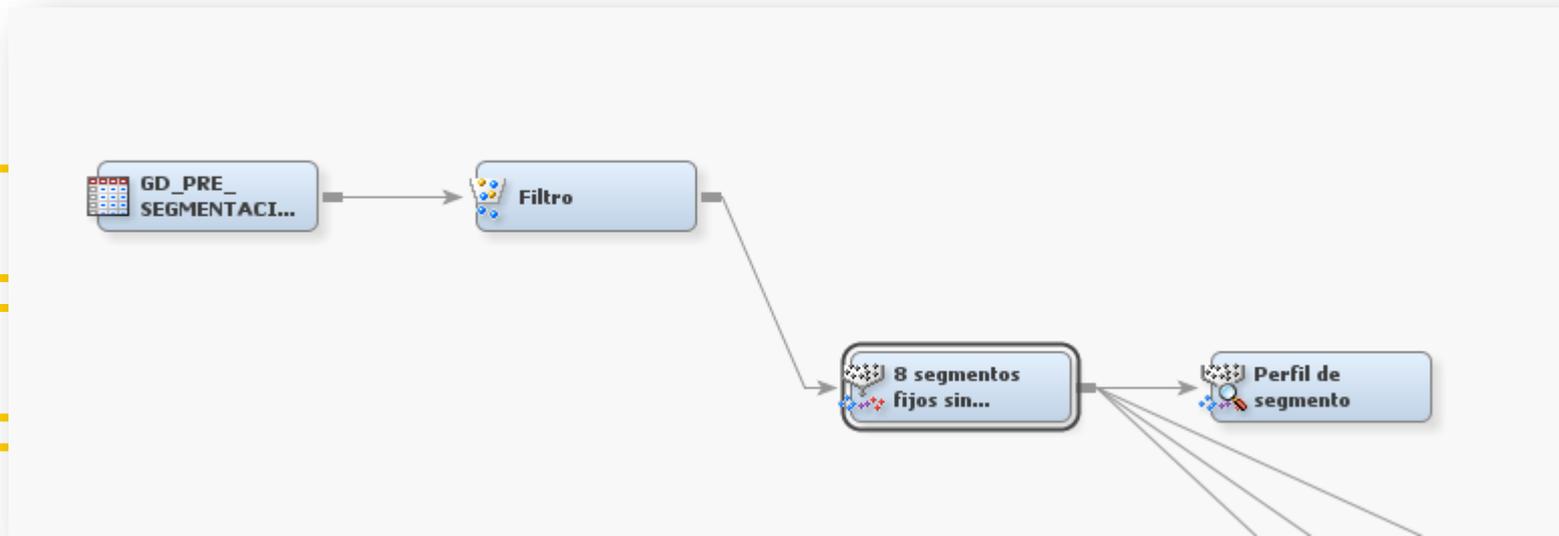
«Generar una segmentación sobre la cartera prepago que permita definir grupos de acuerdo a su comportamiento con el producto»

**Técnica:** Cluster → método de centroide (cada uno de los objetos se va asignando al conglomerado con centroide más próximo) **SAS Miner 12.1**

## VARIABLES UTILIZADAS

Herramientas	SOS DAME SALDO	Cantidades Medio de pedido
Recargas	Cantidades Montos	Medios Tipos
Comportamiento	Desconexiones 30 Desconexiones 90	Dias ON
Demográficas	Producto Ubicación	Antigüedad
Canales/ Contactos	Cantidades Tipo de contacto	Logins en MIDIRECTV

# Directv Prepago



Explorador

21%



Zona de Riesgo

21%



Off antiguo  
(Mas de 1 año  
en OFF)



Dimensión 1

# Directu Prepago



FIDELIZADO



PREPAGUERO



INTERMITENTE

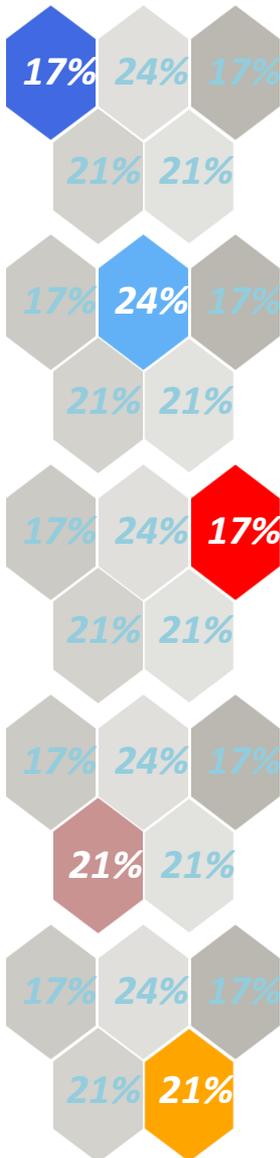


EXPORADOR



ZONA DE RIESGO

## PARTICIPACIÓN



## DIAS ON PROMEDIO



26 días



22 días



16 días



21 días



9 días

## ANTIGUEDAD



2,7 años



2,6 años



3,0 años



0,5 años



2,1 años

## TICKET PROMEDIO



\$ 235



\$ 117



\$ 144



\$ 153



Es realmente así?

## PRODUCTO



83 % Bronce

11 % Plata

6 % Oro



41 % Bronce

28 % Plata

31 % Oro



62 % Bronce

16 % Plata

22 % Oro



61 % Bronce

32 % Plata

7 % Oro



# Directv Prepago

## TENENCIA TDA

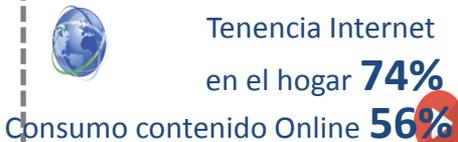
## INTERNET Y CONSUMO DE CONTENIDO ONLINE

## CELULAR PREPAGO (tenencia y uso de herr)

## USO TARJETA SUBE Y MODALIDAD DE RECARGA



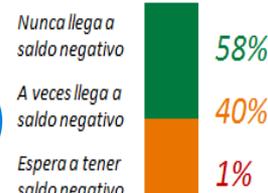
FIDELIZADO



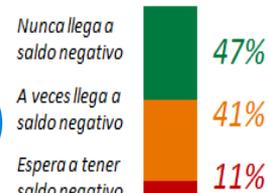
PREPAGUERO



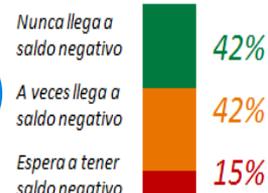
INTERMITENTE



EXPORADOR



ZONA DE RIESGO





**“No dispares al mundo,  
apunta al pato”.**

FRANCK SCIPION



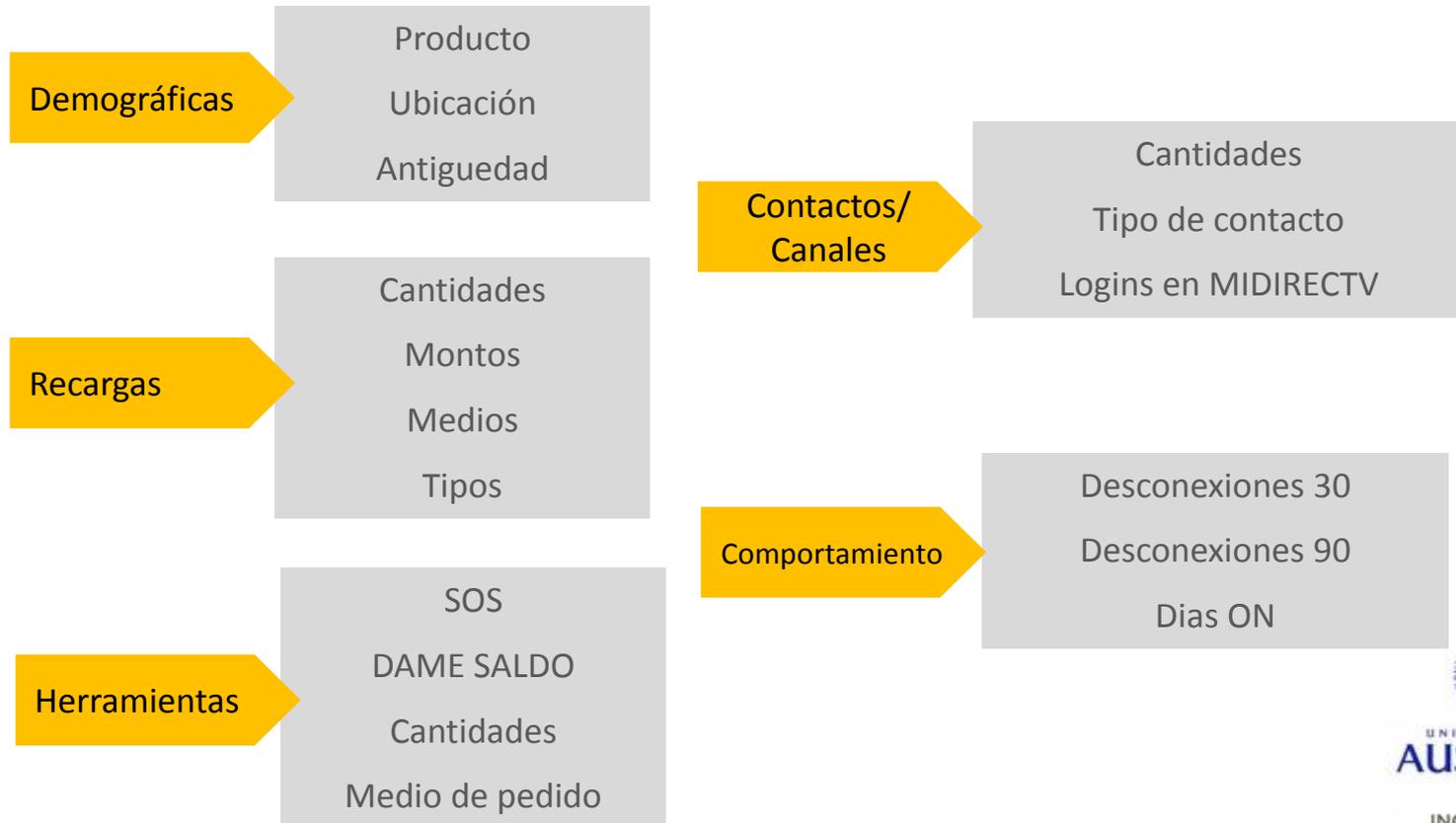
# Directv Prepago

## Score OneShot

**Oferta:** Bonificación extra en la recarga One Shot

**Modelo:** Regresión Logística

## Variables potenciales para el modelo



# Directv Prepago

Variable	Descripción	Efecto
CANT_RECARGAS_U6M	Cantidad de recargas totales en los últimos 6 meses	
CANT_REC_MINIMAS_U6M	Cantidad de recargas mínimas en los últimos 6 meses.	
CANT_REC_PARCIAL_U6M	Cantidad de recargas parciales en los últimos 6 meses	
PIDE_HERRAM_SMS_U6M	Indica si el cliente mandó un SMS para pedir SOS o DAMESALDO en los últimos 6 meses (1/0)	
MEDIOS_DISTINTOS_U6M	Cantidad de medios distintos de recarga que empleó en los últimos 6 meses	
DIAS_ON_U3M	Días en ON que tuvo durante los últimos 3 meses	
DIAS_DESDE_ULT_REC	Cantidad de días transcurridos desde la última recarga	
MONTO_REC_U6M	Monto total (\$) recargado en los últimos 6 meses	



UNIVERSIDAD  
AUSTRAL

INGENIERÍA

 **DIRECTV**

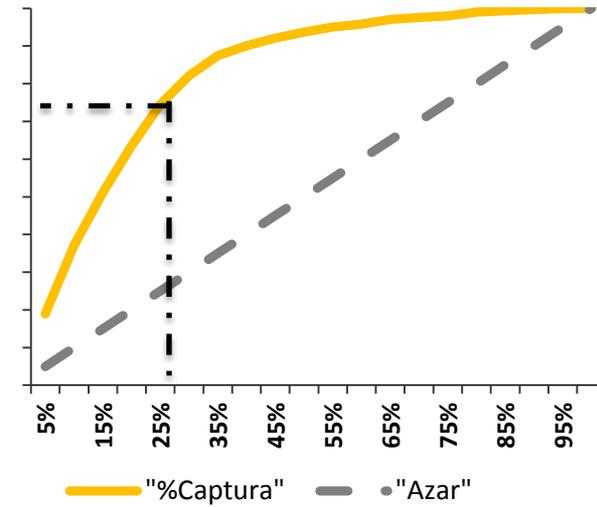
# Directv Prepago

Antes del Modelo

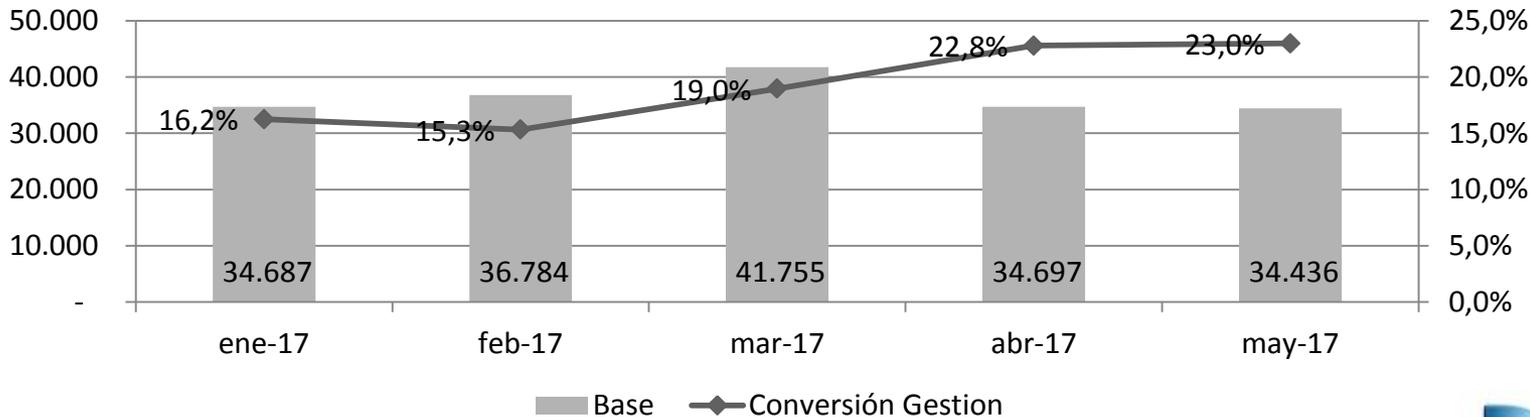
Gestión Junio 2016

Clientes Gestionados	38934	
Conversión	1702	4,37%

Si ordenamos en base al score, en el primer 25% encontramos al 75% de los clientes que aceptan la oferta



## Modelo en uso



INGENIERÍA





UNIVERSIDAD  
AUSTRAL

INGENIERÍA



# Preguntas?





María Luz Armida

Jefe Customer Analytics Directv Región Sur



# Gracias

[marmida@directvla.com.ar](mailto:marmida@directvla.com.ar)