

Tabla de contenido

EVALUACIÓN EXPERIMENTAL DE CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING UTILIZANDO SISTEMAS DE RECOMENDACIÓN	i
Agradecimientos	ii
Tabla de contenido	iii
Índice de Ilustraciones	v
1. Introducción	6
2. Descripción del Proyecto.....	7
3. Objetivos	10
3.1. Objetivo General.....	10
3.2. Objetivos Específicos	10
4. Alcances.....	11
5. Marco conceptual.....	12
5.1. Sistemas de recomendación	12
5.1.1. Reglas de asociación.....	14
5.1.2. Filtros Colaborativos.....	15
5.2. Fase experimental.....	17
5.2.1. Aleatorización.....	17
6. Metodología	19
6.1. Entrenamiento	22
6.2. Implementar algoritmos de recomendación.....	25
6.3. Desarrollo de plantillas dinámicas.....	26
6.4. Ejecución de los experimentos	26
6.5. Evaluación de resultados	27
7. Desarrollo de metodología	29
7.1. Tratamiento preliminar de datos.....	29
7.2. Entrenamiento de los modelos.....	33
7.2.1. Reglas de asociación.....	33
7.2.2. Filtros colaborativos	35
7.3. Generación de las recomendaciones en plantillas dinámicas.....	37
7.4. Desarrollo de los experimentos.....	40
7.5. Evaluación de resultados	42
7.5.1. Evaluación Venta Incremental Promedio a nivel Global	42

7.5.2.	Evaluación Venta Incremental Promedio para Línea Blanca	44
7.5.3.	Evaluación Venta Incremental Promedio para Muebles.....	45
7.5.1.	Análisis de tasas de Click y Apertura	46
7.5.2.	Análisis de venta incremental por cliente	46
7.5.3.	Análisis de temporalidad	47
7.5.4.	Evaluación Multicanal Venta Incremental a nivel Global.....	49
8.	Conclusiones	50
9.	Trabajos futuros	51
	Anexos.....	52
	Bibliografía	55

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 - Ejemplo de filtro colaborativo.....	16
Ilustración 2 - Aleatorización entre grupos	17
Ilustración 4 - Atributos que describen la línea Comedor	20
Ilustración 5 - Las 5 fases de la Metodología.....	22
Ilustración 6 - Grupos de trabajo para la experimentación	27
Ilustración 7 - Atributos que describen a la categoría Refrigeración.....	29
Ilustración 8 - Porcentaje de clientes versus cantidad de transacciones que realizan ...	32
Ilustración 9 - Participación del grupo excluido en ventas y transacciones	32
Ilustración 10 - Fases de implementación de Filtros Colaborativos	35
Ilustración 11 - Envío según Filtros Colaborativos (izquierda) y Reglas de Asociación (derecha).....	39
Ilustración 11 - Template Mail Genérico	41
Ilustración 12 - Venta Incremental Promedio según tipo de Envío, Global.....	42
Ilustración 14 - Venta Incremental Promedio según tipo de Envío, Línea Blanca	44
Ilustración 15 - Venta Incremental Promedio según tipo de Envío, Muebles	45
Ilustración 16 – Respuesta del Grupo Mail (GM) según el periodo entre activación y envío	48
Ilustración 17 - Respuesta del Grupo Apertura (GO) según el periodo entre activación y envío	48
Ilustración 18 - Venta Incremental a nivel Global según línea Transada y Canal de venta	49