

Prediktívna analytika zastavuje churn a redukuje hardwarové investície šetriac milióny € ročne



simobil.si

Si.mobil

Cieľ

Nájsť nové cesty na zníženie nákladov a rast príjmov

Identifikovať investície do mobilných telefónov ako základný predpoklad rastu

Zvýšiť retenciu zákazníkov

Riešenie

Nasadenie výkonného data miningového riešenia na odhalenie správania sa zákazníkov, predikovať, ktorí sú nachylní na odchod a aké telefóny si pravdepodobne kúpia

Produkt

IBM SPSS Modeler

ACREA prípadové štúdie

IBM SPSS Software
Business Analytics
Telekomunikácie

Si.mobil, založený v roku 1999, slovinský mobilný operátor, zamestnáva 418 ľudí a poskytuje služby zhruba 680 tisíc zákazníkom. Spoločnosť dosahuje príjmy vo výške 200 miliónov € ročne.

Keď súťažíte na preplnenom trhu, ako môžete podporiť lojalitu medzi vašimi klientami a prilákať nových?

Investovaním do data miningového softwaru IBM SPSS Modeler, slovinsky poskytovateľ telekomunikačných služieb, Si.mobil je teraz schopný predpovedať, aké mobilné telefóny si zákazníci pravdepodobne najviac vyberajú a ktorí zákazníci s najväčšou pravdepodobnosťou zmenia poskytovateľa mobilných služieb.

Nové možnosti hrajú kľúčovú úlohu v pomoci Si.mobil odlíšiť sa od ostatných vynikajúcimi službami pre zákazníkov, znížením investícií do mobilného hardwaru a v udržiavaní si zákazníkov prostredníctvom proaktívneho, cieleného marketingu. V dôsledku toho môže spoločnosť zvyšovať svoj profit a chrániť si svoje postavenie na trhu.

Súťaženie na preplnenom trhu

Konkurencia na slovinskom telekomunikačnom trhu je neľútostná, pretože Si. mobil bojuje o svoj podiel na trhu s 2 miliónmi užívateľov so štvormi mobilnými operátormi a tromi poskytovateľmi mobilných služieb.

Operátori, ktorí vedia nájsť cestu na znížovanie nákladov, zvyšovanie lojality svojich klientov a prilákať nových zákazníkov atraktívnymi službami im poskytuje obrovskú výhodu pred konkurenciou.

"Plná podpora vrcholového manažmentu Si.mobil bola kľúčovým faktorom úspechu implementácie analytiky. Naše vedenie uznalo výhody, ktoré by mohlo priniesť riešenie SPSS pre naše podnikanie a analytiku umiestnilo do srdca našej stratégie."

Elvira Mujkic, Head of Infomanagement, Si.mobil

Andreja Stirn, Director of the BI Center, Si.mobil, vysvetľuje: *"Pre odlišenie našej spoločnosti od ostatných poskytovateľov, zameriavame sa na poskytovanie služieb na základe najlepších zákazníckych skúseností. To od nás vyžaduje nielen pomocť zákazníkom pri výbere mobilného telefónu a tarify, ktoré najlepšie zodpovedajú ich potrebám, ale posilniť aj ich dlhodobú spokojnosť poskytovaním vynikajúceho pokrytia siete a dostupnosti. Rozhodnutie investovať do analytiky nám pomáha dosahovať oba tieto ciele."*

Viac prípadových štúdií nájdete na

www.acrea.cz/zakaznici.htm

Nájdenie kľúča v analytike

Si.mobil, ktorý už mal dátový sklad na ukladanie dát z ich obchodných systémov, sa rozhodol zakúpiť edíciu IBM SPSS Modeler Gold Server, pokročilú analytickú platformu, pomocou ktorej môžu modelovať a predpovedať budúce správanie sa zákazníkov.

Elvira Mujkic, Head of Infomanagement v Si.mobil, dodáva: „*Keď prišlo na výber riešenia, rozhodli sme sa pre IBM SPSS Modeler, pretože sme cítili, že je užívateľsky veľmi príjemný a poskytuje vyššiu hodnotu za investované peniaze ako konkurenčné ponuky.*“

„Niekoľko rokov sme používali desktopovú verziu IBM SPSS Modeler pre niekoľko malých projektov, ale upgrade na serverovú verziu nám umožnil automatizovať procesy, zvýšiť množstvo a rôznorodosť vytváraných modelov a mať k dispozícii pohľad na vec na týždňovom alebo dennom základe.“

"IBM SPSS nám pomohol udržať úroveň zákazníckeho servisu a zároveň uvoľniť niekoľko miliónov € na podporu nášho podnikania."

— **Andreja Stirn**, Director of the Business Intelligence Center, Si.mobil

Redukcia odchodu zákazníkov

Si.mobil s najmodernejším modelovacím riešením zamerlal svoju pozornosť na znižovanie fluktuácie zákazníkov. Spoločnosť mohla identifikovať tých zákazníkov, u ktorých bola najväčšia pravdepodobnosť, že sa chystajú prejsť k inému operátorovi a zacieliť na nich špeciálne marketingové ponuky na podporu udržania si zákazníka.

Modelovací tím stanovil 53 kľúčových indikátorov, ktoré poukazovali na zákazníkov, ktorí sú najviac náchylní odísť k inému poskytovateľovi - napríklad, miesto bydliska, ako často telefonujú alebo posielajú SMS a či volali konkurenčnej spoločnosti. Tím potom vytvoril dva predikčné modely - jeden pre zákazníkov s mesačným paušalom a jeden pre zákazníkov dobíjajúcich kreditov - a tak zákazníkov kategorizovali ako vysoko, stredne rizikových a nerizikových na odchod ku konkurencii.

Si.mobil sa potom zamerlal na najrizikovejšiu kategóriu s odmenami (od extra minút navyše, až po nové mobilné telefóny), povzbudil ich, aby zostali v Si.mobil. Ponúkание stimulu iba zákazníkovi, u ktorých je najväčšia pravdepodobnosť odchodu, pomáha spoločnosti udržiavať a postupne znižovať náklady a dosahovať vyššiu návratnosť svojich marketingových aktivít.

Andrea Stirn pokračuje: *"U zákazníkov s dobíjacími kreditmi je kľúčové predvídať, čo budú robiť. So zákazníkmi, na ktorých sme zamerali stimulačné darčeky, 5 000 s nami aktívne pokračovalo ďalej až do konca roka. Keď prepočítame tieto výsledky, mohli by sme každoročne zvýšiť príjmy okolo 400 tisíc €."*

Pokiaľ ide o zákazníkov s dlhodobými zmluvami, chceme vedieť, či budú svoje zmluvy obnovovať. Ponúknutím väčších benefitov tým s najvyšším rizikom odchodu sme mohli znížiť fluktuáciu o 10 %. To sa premietlo do nárastu príjmov o 1,1 milióna € ročne - významný príspevok k nášmu 200 miliónovému príjmu ročne.

Predpovedanie pre aké mobilné telefóny sa zákazníci rozhodnú

Spoločnosť takisto zamerala svoju pozornosť na rozumnejšie rozhodnutia pri zadávaní verejných zákaziek. Kým zákazníci s paušálmi platia za nové telefóny priebežne počas trvania ich zmluvy (12 - 24 mesiacov), operátori musia všetky telefóny kúpiť vopred. Táto investícia predstavuje až 25 % všetkých nákladov Si.mobil a vytvára veľké riziko, ak zákazníci prestanú platiť svoje faktúry. Preto z pohľadu operátora je zmysluplnejšie viesť zákazníkov k tomu, aby si vybrali lacnejšie telefóny a znižovali tak na oboch stranách investičné riziko.

Si.mobil sa rozhodol predikovať, aký mobilný telefón si každý zákazník kúpi, koľko je ochotný za neho zaplatiť, akého výrobcu a operačný systém si vyberie, koľko do neho zainvestuje, či si ho zaplatí priamo alebo ho bude mesačne splácať, ako často telefonuje, posieľa SMS správy alebo využíva mobilný internet.

Skúmaním týchto faktorov Si.mobil môže zúžiť výber telefónov, pre ktoré sa zákazníci rozhodujú a ponúknuť ho svojim zákazníkom radšej ako celý rozsah všetkých výrobcov.

Keď Si.mobil testovali efektivitu modelu, zistili, že reakcia starších zákazníkov na personalizovanú ponuku bola o 10 až 15 % vyššia a 50 % z nich si vybrali telefón zo zúženej ponuky.

Andrea Stirn komentuje: *"Oslovením zákazníkov so správnou ponukou im uľahčuje vybrať telefón, ktorý najviac zodpovedá ich životnému štýlu. Nie každý potrebuje najnovší iPhone. A prepokladali sme, že znížením potreby investovania do množstva high - end smartfónov každoročne ušetríme okolo 1 milióna €. Vzhľadom na veľkosť nášho trhu je to pozoruhodný výsledok."*

Zameranie na skúsenosti zákazníkov

Ako Si.mobil začal žať plody svojej investície do analytiky, rozhodol sa použiť riešenie SPSS aj v iných oblastiach svojho podnikania, ako je rozsah a kvalita svojej mobilnej siete.

Andreja Stirn vysvetľuje: *"Zabezpečenie pokrytia siete a kvality hovoru veľmi má veľký vplyv na spokojnosť a udržanie našich zákazníkov. SPSS nám môže pomôcť zlepšiť kvalitu a dostupnosť našej siete tým, že odhalí, ktorí zákazníci majú problémy, či určité zariadenia prijímajú signál horšie ako iné a či je v niektorých regiónoch zlé pokrytie."*

Si.mobil plánuje kombinovať dáta o stave siete s chybami, ktoré oznámili zákazníci alebo problémy odkryje prostredníctvom analýzy správania zákazníkov. Toto umožní identifikovať chyby, ktoré skutočne zákazníkom spôsobujú problémy. Platforma je skutočne kľúčovým faktorom pre tento typ analýzy vo veľkom meradle, čo si bude vyžadovať, aby spoločnosť denne preskúmala 7 miliónov záznamov so stovkami miliónov udalostí v sieti.

"S našimi výstupmi z IBM SPSS budeme môcť zákazníkom poskytnúť podstatne kvalitnejšie služby a ušetriť tak milión €," dodáva Andreja Stirn.
"Sme presvedčení, že toto riešenie nám v nasledujúcich mesiacoch a rokoch bude poskytovať konkurenčné výhody."

Objavte viac na

www.acrea.cz