

Customer Analytics Customer Segmentation, Cluster analysis, Modelli predittivi, Data Mining

Descrizione

Il progetto è stato svolto per un'azienda leader nel settore delle telecomunicazioni mobili, con un'ampia gamma di servizi di comunicazione, internet e Mobile TV, con un totale di circa 10 milioni di clienti e una copertura del 93% della popolazione in oltre 4.100 comuni.

Il cliente ha chiesto l'aiuto di Deloitte per ricevere supporto nel mantenimento della propria customer base e nello sviluppo di una strategia di ottimizzazione delle campagne in termini di targeting, automazione e riduzione del time to market.

Inoltre, per incrementare la copertura del segnale del nuovo servizio di distribuzione TV su Mobile, il cliente ha avuto necessità di identificare le aree geografiche più importanti su cui concentrare una migliore qualità dello stesso.

La sfida

Nello specifico, gli obiettivi strategici per i quali il cliente ha richiesto l'intervento della Customer Analytics di Deloitte sono stati i seguenti:

Prevenire il Churn dei contratti in scadenza: per evitare o comunque ridurre il Churn dei clienti in scadenza e spingerli verso un rinnovo di contratto, sono state identificate le azioni più efficaci, sia in termini di redemption che di pay-back period, per i differenti gruppi di clienti target ed è stato sviluppato un piano di contatto e campagne di prevention mirate.

Ottimizzare le campagne: per migliorare e ottimizzare le campagne di prevention e upselling, è stato sviluppato un modello basato sul 'propensity score' che ha consentito di individuare i clienti con le caratteristiche più in linea con gli obiettivi, riducendo in tal modo la dispersione di comunicazione.



Migliorare la distribuzione del segnale sul territorio: per classificare le aree geografiche e identificare le città migliori o le zone più critiche, sono stati sviluppati specifici parametri ed è stata implementata un'applicazione IT di analisi e reporting specifica per il Mobile TV Business.

I principali interventi di Customer Analytics

Per raggiungere gli obiettivi strategici, Deloitte ha utilizzato diverse tecniche di analisi ottenendo un significativo aumento della conoscenza della base clienti e diversi insight azionabili che hanno consentito l'identificazione di nuove opportunità e la risoluzione di alcune criticità. In particolare:

- Data mining analysis focalizzata sulla comprensione dei fenomeni alla base del Churn e delle motivazioni alla base della diminuzione di utilizzo del servizio da parte del cliente.
- Segmentazione della clientela finalizzata all'ottimizzazione delle campagne di prevention e up-selling per i segmenti individuati.
- Cluster Analysis finalizzata all'individuazione dei clienti a minor valore (USIM) per rendere sostenibili le offerte di prevention sul giusto target di riferimento.

Sviluppo di un modello predittivo di churn con previsione della silenziosità specifico per ogni cluster e di un modello predittivo di upselling per ogni USIM con l'associato sviluppo di una funzione di Marketing Automation.

Per l'analisi della distribuzione territoriale, sono stati raccolti e organizzati dati interni ed esterni all'azienda attraverso un sistema di ETL. I dati sono stati poi relazionati secondo criteri specifici, attraverso l'identificazione di KPI ad hoc per l'analisi e la comprensione delle performance di area.

I risultati

In sintesi, il nostro cliente ha usato gli insight derivanti dallo sviluppo delle analisi e dei modelli predittivi per focalizzare e ottimizzare le iniziative sui target più in linea con le strategie di business, ottenendo i seguenti benefici:

- Payback period: < di 1 mese.
- Riduzione del Customer noise: ~ 30%
- Aumento della redemption delle campagne: ~ 20%
- Aumento del Delta revenue delle campagne: ~ 28%
- Diminuzione della silenziosità dei clienti dormienti
- Mantenimento delle performance anche nel mese successivo alla campagna inviata

Per ulteriori informazioni, vi invitiamo a contattare:

Enrico Cosio

Partner, Consulting

Tel. +39 02 83323120

ecosio@deloitte.it

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata, e le member firm aderenti al suo network, ciascuna delle quali è un'entità giuridicamente separata e indipendente dalle altre. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.