

Business Intelligence Group

Math-Powered Marketing



Профиль **BIG**

Business Intelligence Group предоставляет консалтинговые услуги в сфере продвижения продуктов, маркетинга и планирования коммуникаций, основанные на применении современных научных методов

Особенное внимание уделяется вопросу **эффективного распределения ресурсов** для достижения максимальной отдачи от инвестиций в поддержку марки, обеспечивающее достижение целей развития бизнеса, роста маркетинговых показателей и формирования имиджа



**Влияние Клиентского
Опыта
на Бизнес - показатели
и работа маркетинговых
рычагов**

**Можно ли установить взаимосвязь
клиентского опыта
(удовлетворенности и NPS) и
основных бизнес-показателей
компании**



Определение ключевых бизнес показателей и индикаторов клиентского опыта

- **Ключевые Бизнес Показатели (КПЭ)**

- Средний доход от абонента
- Суммарный доход
- Количество используемых услуг
- Частота и объем «потребления» услуги
- Отток

- **Клиентский опыт**

- **Удовлетворенность**

Вопрос - насколько Вы в целом удовлетворены оператором (или производителем услуг)?
Для ответа используйте шкалу от 1 до 10, где 1 означает, что Вы "Совсем не удовлетворены", а 10 - "Полностью удовлетворены"

- **NPS – Net Promoter Score (вероятность рекомендации)**

Вопрос - оцените, пожалуйста, вероятность того, что Вы порекомендуете своим друзьям/знакомым оператора (производителя услуг). Дайте ответ по 10-бальной шкале, где «1» означает, что Вы точно не стали бы рекомендовать своим друзьям/знакомым, а «10» - точно порекомендовали бы его



Задача МТС

- Установить связь показателей клиентского опыта (удовлетворенности и NPS) с основными бизнес КПЭ компании в России
- Определить приоритетные направления увеличения Удовлетворенности клиентов МТС:
 - Качество связи, Мобильный Интернет
 - Стоимость услуг
 - Забота о клиенте
 - Оплатой связи

Решение



Метод: Статистический и эконометрический анализ данных

Последовательный системный анализ влияния факторов, формирующих удовлетворенность в разных точках контакта, на удовлетворенность и бизнес-показатели



С помощью статистических методов установлены факторы, влияющие на бизнес- показатели

MOAU – среднее время разговора абонента

ARPU – средний доход от абонента

NTIS – отток

Демография

Удовлетворенность
оператором

Стоимость
услуг

Опыт
потребления

Установлено, что чем выше Удовлетворенность абонента услугами МТС...

.....тем больше он разговаривает

если средний уровень Удовлетворенности абонентов
вырастет на 1 (например, с 8 до 9),
то продолжительность разговора
увеличится на 2%

.....тем больше он тратит на услуги МТС

средние затраты увеличатся на 0,6%

.....тем ниже вероятность оттока

вероятность прекращения тарифицируемой
деятельности сократится на 20%

Удовлетворенность влияет на общий доход компании по двум направлениям

Побуждает тратить больше

Увеличивает
средний доход
от одного
абонента
+0,6%



Абонентская
база
фактическая за
период

Удерживает абонентов от
перехода к другим
операторам

Сокращает
отток
-20%

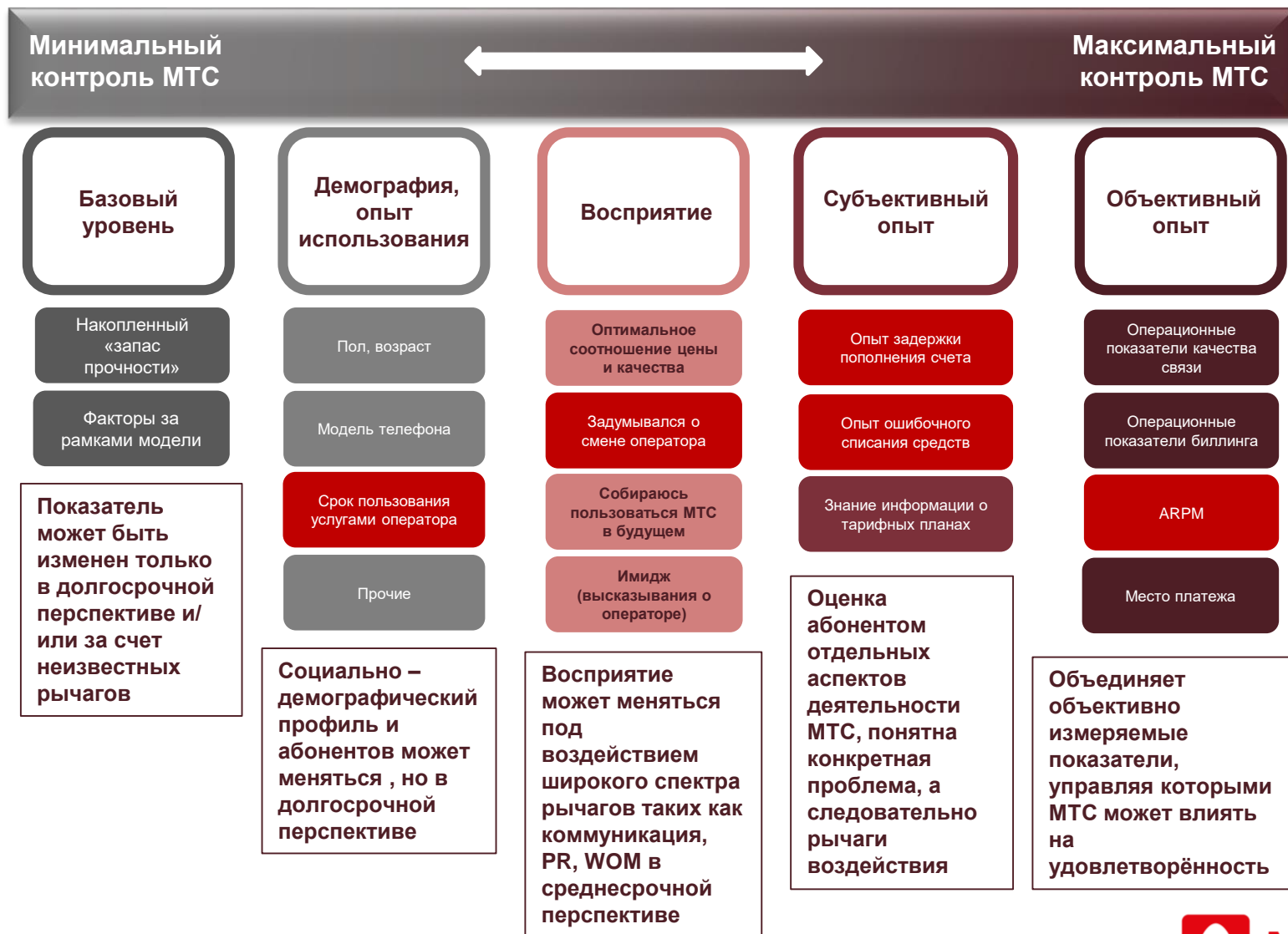


Средний доход
с абонента за
период



Влияние на
прирост
дохода
компании

Факторы, воздействующие на Удовлетворенность услугами МТС



Объективный опыт играет ключевую роль в формировании общей Удовлетворенности

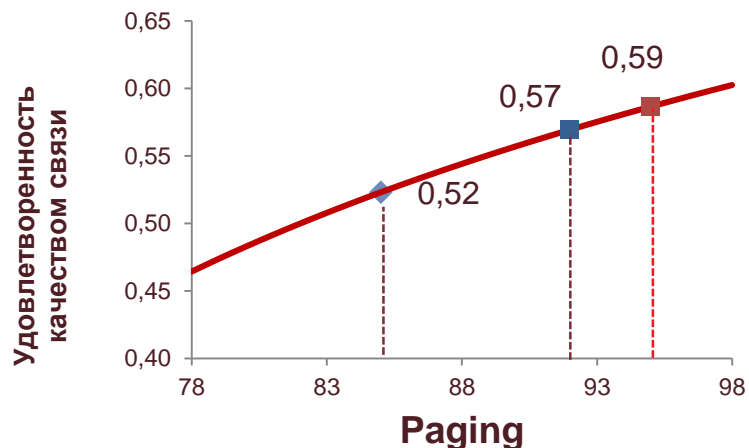
■ Демография, Пользование ■ Базовый уровень ■ Восприятие ■ Субъективный опыт ■ Объективный опыт



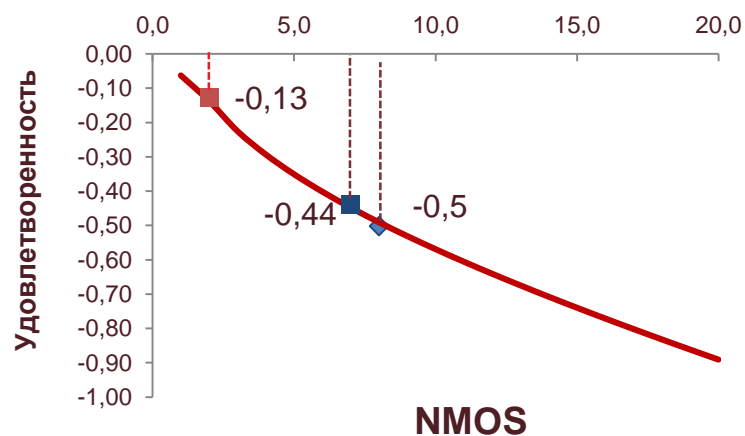
С помощью моделей определена сила влияния следующих показатели Качества Связи на Удовлетворённость:

- ✓ Среднесуточный процент успешно установленных голосовых соединений
- ✓ Процент успешно установленных сессий пакетной передачи данных
- ✓ Среднесуточный процент обрывов голосовых соединений
- ✓ Процент неудовлетворительных оценок качества передачи речи MOS < 2.6
- ✓ Процент успешных выполнений процедуры Paging
- ✓ Средняя скорость передачи данных
- ✓ Процент обрывов
- ✓ Среднесуточный процент обрывов соединений
- ✓ Процент заблокированных вызовов по причине перегрузок на разговорных каналах в ЧНН

Для практических целей и понимания точного механизма воздействия на Удовлетворенность построены эластичности и нормы по всем возможным показателям



- ◆ Минимально возможное значение показателя
- Среднее значение показателя
- Максимальное значение показателя за период





- ✓ С помощью данного подхода выявлен вклад Удовлетворенности в бизнес-показатели
- ✓ Найдены рычаги в оперативной деятельности, с помощью которых можно влиять на Удовлетворенность и Бизнес-показатели
- ✓ Определены эластичности и нормы

Business Intelligence Group

BIG DEAL FOR YOUR BUSINESS!