

APARA

dVeloX: Predicción del Churn en un Teleoperador Telefónico

NUM TELE	INTL PLAN	BM PLAN	NUM MEN	TOTAL MIN	TOTAL LLA CONSUMO	MIN TOTAL LLAMADA	CONSUMO	MIN TOTAL LLAMADA	CONSUMO	MIN TOTAL LLAMADA	CONSUMO	91	11,01
392-4657	no	si	25	265,1	110	45,07	197,4	99	16,78	244,7	91	11,01	
371-7191	no	si	28	161,8	123	27,47	195,5	103	16,62	254,4	103	11,46	
358-1921	no	no	0	243,4	114	41,38	121,2	110	10,3	162,6	104	7,32	
375-9999	si	no	0	299,4	71	50,9	61,9	88	5,26	196,9	89	8,86	
330-6626	si	no	0	166,7	113	28,34	148,3	122	12,61	186,9	121	8,41	
391-8027	si	no	0	223,4	98	37,98	220,6	101	18,75	203,9	118	9,18	
355-9993	no	si	24	218,2	88	37,09	348,5	108	29,62	212,6	118	9,57	
329-9001	si	no	0	157	79	26,69	103,1	94	8,76	211,8	96	9,53	
335-4719	no	no	0	184,5	97	31,37	351,6	80	29,89	215,8	90	9,71	
330-8173	si	si	37	258,6	84	43,96	222	111	18,87	326,4	97	14,69	
329-6603	no	no	0	129,1	137	21,95	228,5	83	19,42	208,8	111	9,4	
344-0403	no	no	0	187,7	127	31,91	163,4	148	13,89	196	94	8,82	
363-1107	no	no	0	128,8	96	21,9	104,9	71	8,92	141,1	128	6,35	
394-8006	no	no	0	156,6	88	26,62	247,6	75	21,05	192,3	115	8,65	
366-9238	no	no	0	120,7	70	20,52	307,2	76	26,11	203	99	9,14	
351-7269	no	no	0	332,9	67	56,59	317,8	97	27,01	160,6	128	7,23	
350-8884	no	si	27	196,4	139	33,39	280,9	90	23,88	89,3	75	4,02	
386-2923	no	no	0	190,7	114	32,42	218,2	111	18,55	129,6	121	5,83	
356-2992	no	si	33	189,7	66	32,25	212,8	66	18,09	165,7	108	7,46	
373-2782	no	no	0	224,4	90	38,15	159,5	88	13,56	192,8	74	8,68	
396-6800	no	no	0	155,1	117	26,37	239,7	93	20,37	208,8	133	9,4	
393-7984	no	no	0	62,4	89	10,81	169,9	121	14,44	209,6	64	9,43	
358-1958	no	no	0	183	112	31,11	72,9	99	8,2	181,8	78	8,18	
350-2666	no	no	0	110,4	103	18,77	137,3	102	11,67	189,6	105	8,53	
343-4696	no	no	0	81,1	86	13,79	246,2	72	20,84	237	115	10,67	
331-3698	no	no	0	124,3	76	21,13	277,1	112	23,66	250,7	115	11,28	
357-3817	no	si	39	213	115	36,21	191,1	112	16,24	182,7	115	8,22	

Fichero Excel del que parte dVeloX para construir el modelo predictivo

Introducción

Los operadores de telefonía se enfrentan cada día a nuevos desafíos en un entorno de creciente complejidad. La convergencia de servicios fijos y móviles, la integración de servicios de voz y datos, internet y las innovaciones tecnológicas son nuevos frentes que generan más transacciones, más interacciones con los clientes, procesos de negocio más complejos y más fuentes de información.

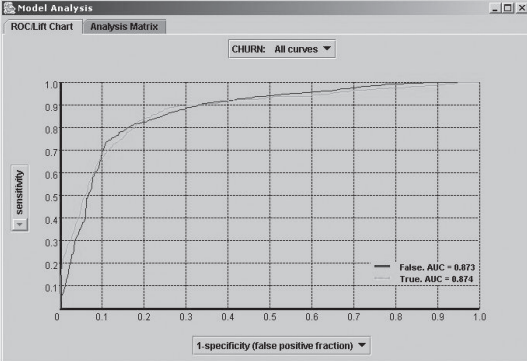
Sobrevivir requiere desarrollar un conocimiento más profundo de clientes que permita innovar en las estrategias de relación con clientes. Especialmente en la captación y prevención de abandono de clientes donde la lucha es feroz. Se estima que la tasa media del abandono es de un 20%.

El problema

Actualmente los operadores de telefonía ofrecen una gran variedad de servicios a millones de sus clientes en un ámbito internacional. Este caso muestra como el nuevo motor de decisiones dVeloX permite analizar toda esta compleja información de forma más rápida y sencilla en la prevención de abandonos de clientes.

La construcción de un modelo de prevención o del cálculo del valor de un cliente puede llevar entre 2 y 4 semanas, a las que hay que añadir el esfuerzo adicional de otras 2 semanas para incluir éstos modelos en producción. Este procedimiento consiste en la extracción de los datos del DataWarehouse a un entorno de almacenamiento propietario para ser analizados mediante técnicas de minería de datos. El modelo resultante se traduce a instrucciones SQL y se incorpora como procedimiento almacenado en el DataWarehouse por motivos de prestaciones.

dVeloX permite analizar toda la información a pesar de su complejidad de forma rápida y sencilla en la prevención de abandonos de clientes.



Los valores para ambas instancias de la variable CHURN (TRUE y FALSE) indican que el modelo predice correctamente el CHURN el 87,4% de las veces.

En menos de 5 días, dVelox ha permitido crear de forma automatizada varios modelos predictivos que indican las características que determinan los clientes de mayor probabilidad de abandono en el corto, medio y largo plazo ordenados por su valor para la compañía.

La construcción de estos modelos con dVelox ha requerido un esfuerzo cinco veces menor que con las herramientas actuales. Los modelos creados incrementaban hasta tres veces la precisión actual.

La solución con dVelox

Los factores clave de éxito definidos para este caso han sido conocer con mayor precisión las características y motivaciones de cada grupo de abandono con el fin de gestionar más eficazmente las estrategias de prevención en función del valor de cada uno de los clientes.

En menos de 5 días, dVelox ha permitido crear de forma automatizada varios modelos predictivos que indican las características que determinan los clientes de mayor probabilidad de abandono en el corto, medio y largo plazo ordenados por su valor para la compañía.

La creación y uso de estos modelos no requiere la extracción de los datos en un repositorio a parte ni la generación de reglas estáticas en forma de lenguajes como SQL. El motor de decisión de dVelox es capaz de obtener directamente la información que necesita de las diferentes fuentes de información, y obtener en casi tiempo real la clasificación de cada cliente. A diferencia de las estrategias basadas en reglas estáticas, dVelox está dirigido por los propios datos, identifica automáticamente cambios en los patrones de comportamiento que analiza y avisa al usuario de ello. Estas desviaciones pasarían desapercibidas en los modelos de reglas o darían lugar a un incremento de los falsos positivos/negativos.

Resultados

La construcción de estos modelos con dVelox ha requerido un esfuerzo cinco veces menor que con las herramientas actuales. Los modelos creados incrementaban hasta tres veces la precisión actual.

Otros beneficios adicionales son:

- a) La posibilidad de conocer sobre qué clientes se debe actuar con premura en función de su probabilidad de abandono y valor para la compañía.
- b) dVelox explica las características que determinan un grupo de abandono y su importancia en términos cuantificables dentro de dicho grupo.
- c) dVelox monitoriza en tiempo real cada interacción con el cliente determinando si su nivel de riesgo ha cambiado.