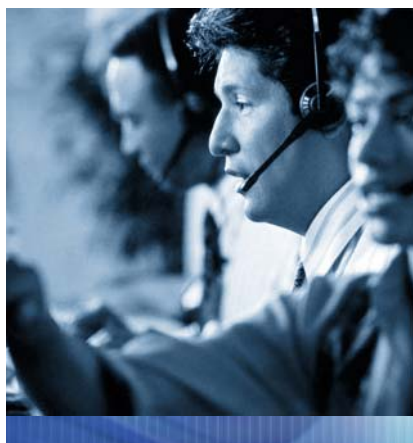


ROZWIĄZANIA DLA SEKTORA TELEKOMUNIKACYJNEGO



Sektor telekomunikacyjny to jeden z najbardziej konkurencyjnych rynków, który nieustannie przeżywa gwałtowne zmiany związane z wprowadzeniem nowych przełomowych technologii i pojawianiem się nowych konkurentów operujących różnymi modelami biznesowymi. Kompleksowa wiedza o kliencie, konkurencyjna cena i odpowiedni moment wprowadzania na rynek nowego produktu, to czynniki o podstawowym znaczeniu dla uzyskania przewagi konkurencyjnej. Pakiet **SAS® Telecommunications Intelligence Solution**, rozwijany m.in. w centrum kompetencyjnym w Polsce, dostarcza środowisko pracy oraz podstawy i wzorce dla najważniejszych obszarów biznesowych w sektorze telekomunikacyjnym.

Dosprzedaż pakietów i usług

Pozyskanie nowych klientów nie jest jedyną możliwością zwiększenia przychodów operatorów telekomunikacyjnych. Odpowiednia oferta nowych produktów lub ich bogatszych wersji skierowana do obecnych klientów skutkuje zazwyczaj zwiększeniem zarówno wartości tego klienta, jak i jego lojalności. Rozwiązanie SAS® Cross-sell and Up-sell zostało stworzone w celu umożliwienia trafnego dopasowania ofert nowych produktów (cross-sell) oraz nowszych/bogatszych wersji produktów (up-sell) do klientów operatora telekomunikacyjnego.

Zarządzanie kampaniami marketingowymi

Strategia kontaktów z klientem powinna być szczegółowo opracowana tak, by komunikacja wykonywana była wieloetapowo, z wykorzystaniem różnorodnych kanałów (radio, telewizja, direct mail, telemarketing, wiadomości e-mail oraz internet). Poprzez integrację możliwości analitycznych oprogramowania SAS ze sprawdzonymi technikami służącymi do zarządzania kampaniami marketingowymi, rozwiązanie SAS® Campaign Management umożliwia efektywne planowanie i koordynowanie kampanii marketingowych, monitorowanie ich wykonania oraz analizę wyników w celu maksymalizowania ich efektywności.

Analiza zyskowności klientów

Zyskowność klientów analizowana w ujęciu narastającym od początku umowy, to pogłębiona wiedza dająca odpowiedź na pytania dotyczące: obecnie uzyskanej stopy zwrotu, przewidywanej stopy zwrotu, wartości klienta, czy cyklu życia klienta. Rozwiązanie SAS® Customer Profitability umożliwia analizowanie zyskowności klientów, dzięki wbudowanym mechanizmom pozwalającym na przyporządkowanie przychodów i kosztów do poszczególnych klientów/kontraktów. Rozwiązanie to pozwala analizować zyskowność klientów również w dodatkowych perspektywach, takich jak: plan taryfowy, miesiąc aktywacji, promocja marketingowa, kanał dystrybucji, terminal, pozyskanie/utrzymanie, czy innych zdefiniowanych cechach jednostkowych kontraktu.

Utrzymanie wartościowych klientów

Konkurencja na rynku telekomunikacyjnym spowodowała wzrost kosztów pozyskania klienta sprawiając, że standardem staje się identyfikowanie klientów skłonnych do odejścia. Przewidywanie zjawiska chum i tworzenie opłacalnych strategii jego redukcji jest trudnym przedsięwzięciem, wymagającym analizy ogromnego wolumenu danych oraz stosowania zaawansowanych technik typu data mining.

SAS® Customer Retention dostarcza predefiniowane modele analityczne, umożliwiające operatorom szybkie poznanie czynników wpływających na występowanie zjawiska chum, umożliwiając nie tylko wybór klientów skłonnych do odejścia, lecz również odkrycie przyczyn tego kroku.

Analiza potrzeb i dopasowywanie oferty Umiejętność klasyfikacji klientów w zależności od ich zachowania i potencjalnej zyskowności jest kluczem do poznania klientów, natomiast

Klienci w Polsce:

- Polkomtel
- Polska Telefonia Cyfrowa
- PTK Centertel
- Telefonia Dialog
- Telekomunikacja Polska

poznanie klienta umożliwia optymalne dopasowanie oferty produktowej do wymagań i możliwości klientów oraz szybkie rozpoznawanie niewidocznych na pierwszy rzut oka zmian na rynku. Rozwiązanie SAS® Customer Segmentation wspiera tworzenie bardzo dokładnych segmentacji klientów dostarczając rozwiązanie umożliwiające szybkie tworzenie modeli segmentacyjnych, dostosowanych do specyfiki danego operatora telekomunikacyjnego.

Ryzyko kredytowe klientów

Rozwiązanie SAS® Payment Risk wspiera operatorów telekomunikacyjnych w procesie oceny wiarygodności kredytowej klientów poprzez badanie danych aplikacyjnych i behawioralnych. Wyniki analizy wzorców zachowań klientów pozwalają zróżnicować wykonywane akcje windykacyjne, aby np. nie pogorszyć relacji z bardzo dochodowym klientem, który z powodu urlopu spóźnił się z płatnością.

Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem

Umiejętność przetłumaczenia strategii biznesowej na poszczególne działania, które mogą być szybko zmierzone i monitorowane w ramach całej organizacji jest jednym z głównych czynników sukcesu dla współczesnego operatora telekomunikacyjnego. SAS® Strategic Performance Management dostarcza narzędzia do implementacji Strategicznej Karty Wyników (ang. Balanced Scorecard, BSC), udostępniając zaprojektowane specjalnie dla branży telekomunikacyjnej korporacyjne karty wyników, kluczowe mierniki wydajności oraz bazę wiedzy służącą do gromadzenia i prezentowania zasobów wiedzy przedsiębiorstwa.

Zabezpieczanie przychodów operatora

Zabezpieczanie przychodów stanowi obszar, któremu operatorzy telekomunikacyjni poświęcają szczególną uwagę. Tym bardziej, że proces ten jest stosunkowo skomplikowany, obejmuje on szereg etapów oraz systemów i powinien być wykonywany według dobrze opracowanej metodologii. SAS oferuje gotowe rozwiązania biznesowe w zakresie revenue assurance dla telekomunikacji.

Prognozowanie przychodów

Prognozowanie przychodów ma istotne znaczenie w planowaniu i podejmowaniu decyzji. SAS® Forecast Server przychodzi w sukurs tym wyzwaniom łącząc w sobie znakomite możliwości eksploracji serii czasowych, tworzenia modeli prognostycznych oraz automatyzację dla problemów wielkiej skali. Wszystko to ujęte jest w łatwy w użyciu interfejs użytkownika, który sprosta wymaganiom zarówno początkującego, jak i zaawansowanego analityka.

Wartość życiowa klienta

Wartość klienta jest jednym z najważniejszych mierników używanych przez operatorów telekomunikacyjnych. Celem każdego operatora jest podnoszenie tej wartości poprzez odpowiednie zarządzanie działaniami wobec klienta w całym jego cyklu życiowym. SAS oferuje rozwiązania biznesowe dedykowane dla sektora telekomunikacyjnego do zarządzania wartością życiową klientów.

Optymalizacja planów taryfowych

Postępująca liberalizacja rynku usług telekomunikacyjnych, wprowadzanie nowych usług, ich konwergencja oraz polityka taryfowa stanowi obecnie jedno z głównych pól manewru operatorów telekomunikacyjnych w walce o klienta, zaś klienci coraz bardziej zainteresowani są usługami telekomunikacyjnymi dostosowanymi do swoich potrzeb. SAS oferuje rozwiązania biznesowe, które pozwalają m.in. na: tworzenie, optymalne wycenianie oraz symulacje na danych historycznych nowych ofert i planów taryfowych, a także szacowanie wpływu finansowego wprowadzenia nowych ofert na rynek.

Wybrani Klienci na Świecie:

- British Telecom
- Deutsche Telekom
- France Telecom
- Maxis
- MGTS
- Mobistar
- MTS
- Nextel
- T-Mobile
- Telefonica
- Telenor Mobile
- TeliaSonera
- Telstra Mobile
- Verizon Communications
- Vodafone

