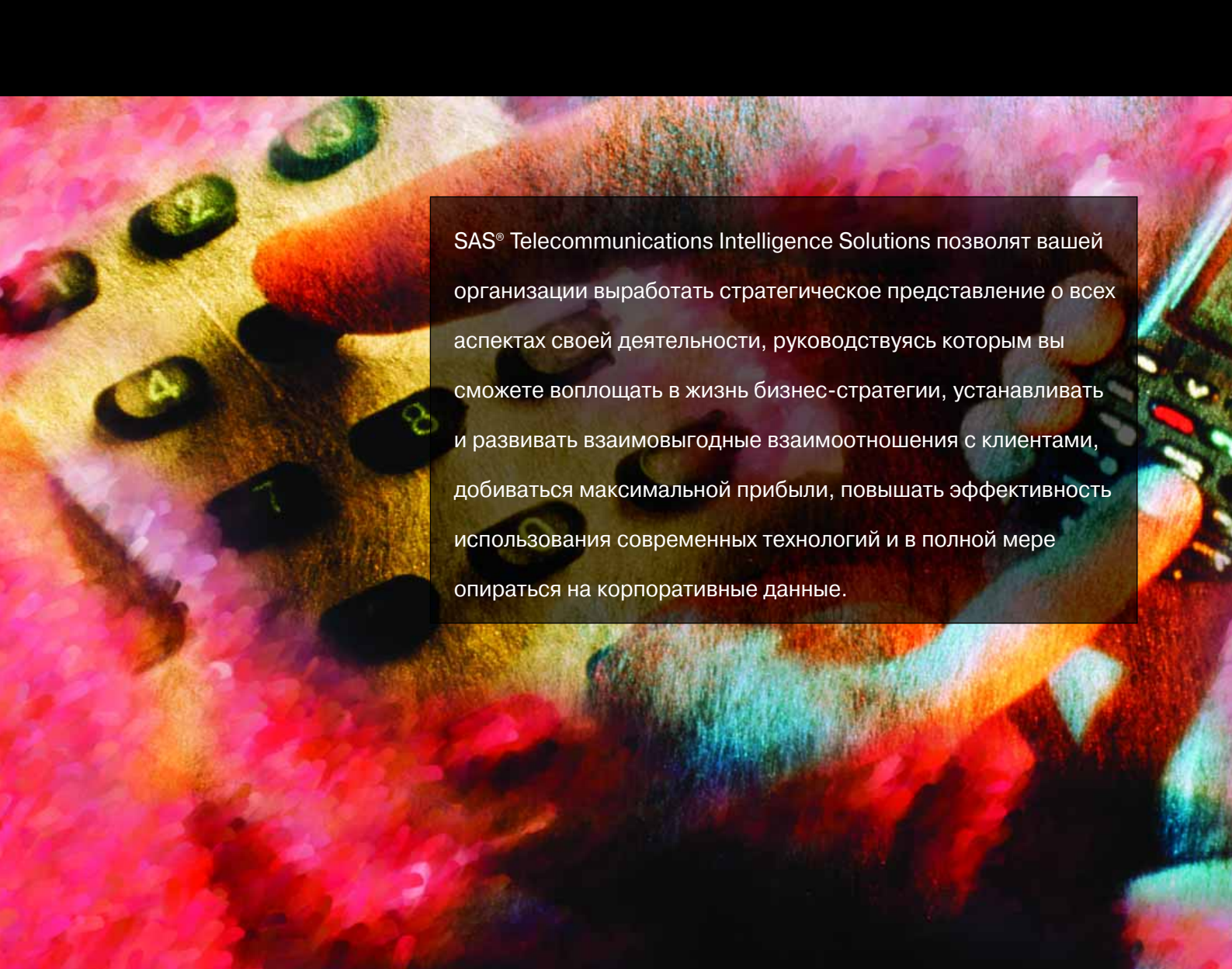




## **SAS® Telecommunications Intelligence Solutions**

*Добивайтесь максимальной производительности  
и рентабельности, опираясь на стратегическую  
аналитическую архитектуру*





SAS® Telecommunications Intelligence Solutions позволят вашей организации выработать стратегическое представление о всех аспектах своей деятельности, руководствуясь которым вы сможете воплощать в жизнь бизнес-стратегии, устанавливая и развивать взаимовыгодные взаимоотношения с клиентами, добиваться максимальной прибыли, повышать эффективность использования современных технологий и в полной мере опираться на корпоративные данные.

## **Пример из практики: отток клиентов**

### **Бизнес-задача**

В результате ослабления государственного регулирования и либерализации рынков стран Азии на них буквально хлынула волна новых компаний, поставив телекоммуникационных операторов этого региона в условия ожесточенной конкуренции и вынудив их принимать активные меры против усилившегося оттока клиентов. В этих сложных условиях лидирующему оператору мобильной связи Гонконга

потребовались новые способы завоевания лояльности клиентов и снижения их текучести. В компании хотели понять первопричины того или иного поведения клиентов, которые бы позволили предпринимать действенные шаги по их удержанию.

### **Решение**

Благодаря решениям SAS, компания получила возможность лучше и быстрее понимать потребности клиентов.

Компания смогла предпринимать определенные маркетинговые инициативы, адресованные определенной группе клиентов, основанные на точных клиентских профилях и анализе поведения покупателей.

### **Преимущества**

SAS помогла компании организовать эффективное упреждающее управление оттоком клиентов и значительно активизировать деятельность по их удержанию.

## Преобразование данных в знания

Немногие сектора экономики пострадали от экономического спада больше, чем телекоммуникационная отрасль. Прогнозировавшийся спрос на услуги сформируется еще спустя немалое время, и рост прибыли, необходимый для получения адекватной отдачи от инвестиций в технологию, все еще далеко впереди. Более пристальное, чем когда-либо, внимание со стороны инвесторов, заставляет телекоммуникационные компании напряженно искать новые пути получения устойчивой прибыли, новые способы обеспечения весомых финансовых результатов.

В обозримом будущем рост прибыли, обусловленной технологическими достижениями или резким ростом активности покупателей, маловероятен. Его можно добиться только благодаря успехам в таких фундаментальных методах повышения рентабельности, как

- Повышение эффективности привлечения и удержания клиентов.
- Извлечение максимальной прибыли из взаимоотношений с каждым клиентом.

- Разработка более эффективных и динамичных бизнес-процессов.
- Оценка результатов на базе корректных показателей работы.
- Согласование деятельности всей организации в рамках общих стратегических направлений развития.

Как добиться осуществления этих целей в отрасли, где снятие государственного регулирования открыло шлюзы, и на клиентов обрушился настоящий водопад возможностей? В отрасли, где клиенты остаются лояльными своему провайдеру только до того момента, пока не найдут в почтовом ящике красочной открытки с предложениями от конкурирующего провайдера? В отрасли, где иссякающие бюджеты вынуждают компании добиваться все большего все меньшими средствами?

Впрочем, эти условия сложились не вчера. Конкуренция всегда ставит компании в подобные условия. Новостью же безусловно является та жесткость, с которой рынок наказывает компании, принимающие верные решения слишком медленно, или не на-

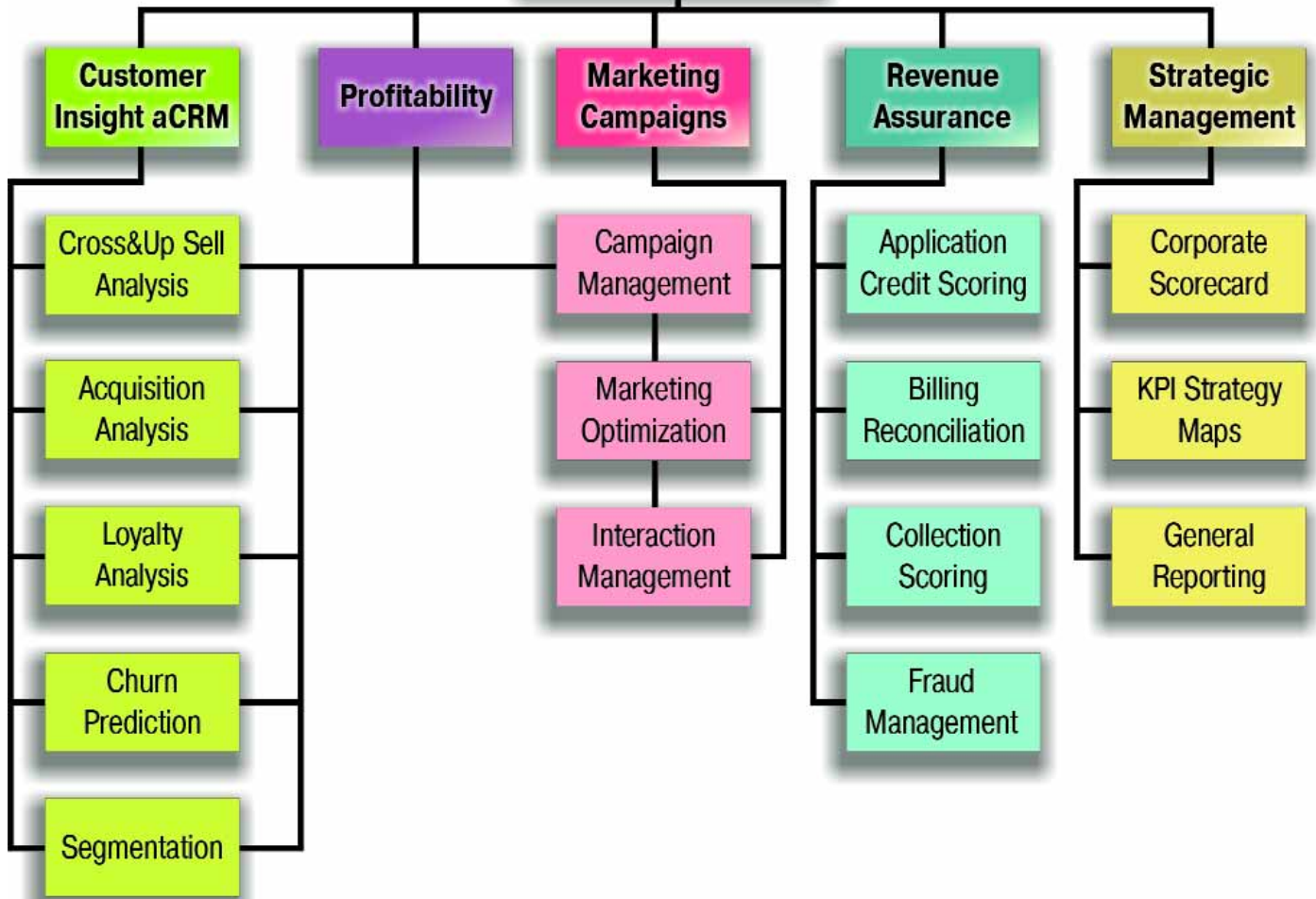
ходящие таких решений вовсе. И, несмотря на значительные инвестиции в информационные технологии, многие телекоммуникационные компании по-прежнему не имеют масштабной, охватывающей всю корпорацию базы для быстрой выработки и внедрения сложных, эволюционирующих стратегий, без которых нельзя найти решения трудноразрешимых проблем, возникающих в условиях современного рынка.

Однако есть повод для оптимизма - путь решения существует, более того, он практически под руками. Это гигантские объемы данных о клиентах, поставщиках, операциях и многом другом, хранящиеся в десятках операционных и транзакционных систем в различных функциональных подразделениях. Какие перспективы открылись бы перед компаниями, если бы они имели план, следуя которому быстро преобразовали бы все эти данные в стратегические знания, а следовательно, и в программу своевременных целенаправленных действий, дающих немедленные результаты и сказывающиеся в течение долгого времени?!

стратегия



# Telecommunication Intelligence Solutions



## Рационально распоряжайтесь тем, что у вас есть. Быстро получайте то, что вам нужно.

SAS® Telecommunications Intelligence Solutions позволят вашей организации выработать стратегическое представление о всех аспектах своей деятельности, руководствуясь которым вы сможете воплощать в жизнь бизнес-стратегии, устанавливать и развивать взаимовыгодные взаимоотношения с клиентами, добиваться максимальной прибыли, повышать эффективность использования современных технологий и в полной мере опираться на корпоративные данные. Решения, входящие в пакет SAS Telecommunications Intelligence Solutions, ориентированы на решение задач телекоммуникационной отрасли за счет эффективного использования существующих здесь внутренних сред, что существенно сокращает сроки получения ощутимой отдачи от инвестиций.

### **Снижение оттока клиентов и повышение их прибыльности**

В базах данных скрыты настоящие сокровища мудрости, точнее, исчерпывающие знания о ваших клиентах, благодаря которым вы можете добиться поразительных успехов в их привлечении и удержании. Что служит мотивацией для бизнес-клиентов? Для клиентов, находящихся в основном на одном месте? Для тех, кто проводит много времени в пути? Что побуждает их выбирать того или иного провайдера или отказываться от его услуг, переходя к другому? Какие предложения обязательно привлекут их? Что заставляет их отказываться от ваших услуг или, напротив, расширять их спектр? Кто первым осваивает новые услуги?

Пользуясь решениями SAS Telecommunications Intelligence Solutions, вы можете преобразовывать данные о клиентах и услугах, получаемые из многочисленных источников, формируя целостную картину поведения клиентов, их склонности к переходу к другому провайдеру с учетом кредитных рисков и рентабельности. SAS, лидер отрасли в разработке аналитических средств для изучения клиентов, позволяет выработать исчерпывающее представление о различных рыночных факторах, на основании которого можно не только определять суть происшедшего, но и прогнозировать будущие события. Например, можно предположить, какие клиенты вероятнее всего сменят провайдера, если немедленно не вмешаться, какие лучше всего отреагируют на кампанию по продвижению новых более дорогих и качественных услуг, и какое сочетание каналов доставки информации гарантирует наибольшую отдачу.

Пользуясь только одной интегрированной системой, вы можете планировать и внедрять автоматизированные, многоканальные, многоэтапные маркетинговые кампании, использовать сложные методы выявления целевой аудитории и выработки адекватных рекламных приемов, анализировать и добиваться понимания того, почему кампания развивается именно так, а не иначе, и доставлять эти знания всем, кто участвует в этом процессе, для постоянного улучшения результатов.

### **Преобразование корпоративной стратегии в реальные действия**

Решения SAS Telecommunications Intelligence Solutions позволяют информировать всех сотрудников о выработываемых стратегических задачах и представлениях, побуждая их действовать с упреждением, не дожидаясь того, что произойдут события, требующие немедленной реакции.

- Подготовьте карту стратегических направлений деятельности, показывающую взятый компанией курс и помогающую сосредоточить внимание на основных факторах влияния.
- Наметьте цели для всего предприятия - от его верхнего уровня к нижнему, обеспечьте согласование процессов и ресурсов с этими целями и постоянно контролируйте степень приближения к ним.
- Определите, какие процессы развиваются успешно и какие требуют модификации.
- Ликвидируйте беспорядочное накопление несвязанных между собой операций и информации.

Полная интеграция решений, входящих в пакет SAS Telecommunications Intelligence Solutions, служит для лиц, принимающих решения на всех уровнях предприятия, гарантией непротиворечивости информации, на которую они опираются для достижения своих стратегических целей.



## **Оперативность действий = быстрое получение отдачи от инвестиций**

Срок получения прибыли является главным соображением при развертывании сетевой службы. Как скоро можно будет передавать по сети реальные данные? Как скоро будут видны результаты внедрения? Этот же показатель, по нашему мнению, может характеризовать и результативность внедрения систем бизнес-аналитики. Решения SAS Telecommunications Intelligence Solutions стали результатом многих лет непосредственной работы с более чем 200 телекоммуникационными компаниями всего мира, в ходе которой решались наиболее острые бизнес-задачи. В решениях SAS используются многочисленные стратегии разработки для быстрого получения практических результатов и высокой отдачи от инвестиций:

- **Простое определение данных.** Архитектура данных SAS ориентирована на потребности телекоммуникационных провайдеров в информации и источниках данных, что упрощает задачу определения среды данных.
- **Более эффективное использование уже сделанных инвестиций.** Возможность получать доступ, управлять и систематизировать данные из любого источника повышает ценность унаследованных систем и наделяет дополнительной стратегической значимостью существующие операционные данные.
- **Целевая, ориентированная на потребности отрасли аналитика.** Заранее определенные аналитические модели предоставляют наиболее точную и нужную информацию для решения бизнес-задач те-

лекоммуникационной отрасли, таких, как удержание клиентов и предложение новых товаров. Эти модели служат готовым основанием, на котором можно развернуть решение, настроенное на уникальные потребности конкретной компании.

- **Быстрое внедрение.** Проверенные готовые программные пакеты снижают проектные риски, упрощают внедрение и ускоряют процесс получения важных знаний и отдачи от инвестиций.
- **Рост по мере развития.** Расширяемая модульная структура программного обеспечения позволяет компаниям развертывать интегрированные решения SAS по индивидуальному графику.

## **Пример из практики: сегментация**

### **Бизнес-задача**


Американская телекоммуникационная компания оказалась не в состоянии выделить точные и дифференцированные сегменты, или группы клиентов для проведения рекламных кампаний. Компания попала в разорительную зависимость от третьей фирмы, выполнявшей для нее извлечение полезных знаний из данных, хранящихся в разных источниках.

### **Решение**

Внедрив решение SAS для создания сфокусированного на клиентах представления данных, компании удалось оптимизировать свои взаимоотношения с клиентами за счет более эффективных целевых маркетинговых кампаний и формирования продуктовых пакетов, ориентированных на особенности спроса в той или иной категории, а также проводить более эффективные почтовые рекламные акции и лучше анализировать возможности для продаж новых или более дорогих продуктов.

### **Преимущества**

Компании удалось сэкономить более 1 млн. долл. только за первый год выполнения аналитических операций своими силами. Ежегодные темпы оттока клиентов в определенных сферах снизились с шести до двух процентов. Более эффективные продажи новых и более дорогих товаров стали новым источником прибыли. Более точные знания о клиентах позволили обратиться к наиболее перспективным клиентам с предложениями, оптимально соответствующими их потребностям, что привело к росту числа обращений на Web-сайт компании.



Решение SAS Telecommunications Intelligence Solutions опирается на более чем 26-летний опыт работы в телекоммуникационной отрасли и включает в себя учитывающую специфику телекоммуникационной отрасли архитектуру данных, экспертные знания в данной области и проверенные аналитические модели, привносящие интеллектуальные подходы в разработку стратегии компании, которая позволит улучшить финансовые показатели.

## SAS Telecommunications Intelligence Solutions включает в себя:

### SAS® Strategic Performance Management for Telecommunications

*Компонент  
блока решений  
SAS® Telecommunications  
Intelligence Solutions*

Для современных провайдеров телекоммуникационных услуг в условиях роста конкуренции и снижения рентабельности крайне важно иметь возможность преобразовывать стратегию развития бизнеса в реальные действия, параметры которых можно быстро измерить и отследить в масштабах организации.

Однако во многих компаниях сформировалось убеждение, что добиваться этой цели становится все труднее, учитывая необходимость решать

сложную задачу преобразования огромных объемов данных, собираемых со всего предприятия, в информацию, которая необходима руководителям для принятия действительно стратегических решений.

Более того, из-за коммуникационных барьеров между группами информация зачастую попадает к тем, кому она необходима, со значительным опозданием. А из-за отсутствия четких параметров производительности иногда попросту невозможно эффективно реализовывать корпоративную стратегию.

Когда стратегические решения потенциально способны увеличить рентабельность компании, крайне важно, чтобы информация, требуемая для принятия таких решений, была достоверной и адекватной

тем уникальным задачам, которые стоят перед компанией.

Решение SAS® Strategic Performance Management for Telecommunications, компонент SAS Telecommunications Intelligence Solutions, выполняет сбор данных из всех источников в рамках предприятия, а затем преобразует их в информацию, необходимую для принятия оптимальных стратегических решений и доведения этих решений до сведения всех сотрудников организации.

Компонент SAS Strategic Performance Management for Telecommunications вобрал в себя более чем 26-летний опыт работы компании в области телекоммуникаций. Он опирается на характерные для отрасли модели и основные показатели производительности (KPI) и предоставляет следующие возможности.



- **Карта для планирования «маршрута движения вперед».** Инструментарий проектирования, который дает возможность телекоммуникационным компаниям определять направления корпоративного развития и документально оформлять стратегические цели, параметры, задачи и инициативы.

- **Компас, чтобы не сбиться с курса.** Инструментальные средства связи, которые позволяют взаимодействовать, обмениваться достигнутыми результатами и формировать образ своей корпорации. Сюда относятся интерфейс на базе Web вместе с развернутыми стратегическими картами, таблицами, графиками и текстовыми комментариями. Для решения задачи персонализации SAS предлагает возможность использования настраиваемого пользовательского портала. Эта функция позволяет указывать, какую информацию и какие отчеты вы хотели бы получать, устанавливать персональные

пороговые значения для рассылки уведомлений (такие как изменения показателей рентабельности, уровня доверия клиентов или риск) и выбирать, каким образом вы хотите получать отчеты или уведомления - по электронной почте, через Web, по мобильному телефону или PDA.

- **База знаний для того, чтобы открывать новые возможности.** Она предназначена для сбора, хранения и использования корпоративных знаний и "групповой памяти". База знаний дает специалистам по ИТ инструментарий для формирования каналов связи, упрощения, систематизации и проверки каждого байта информации, передаваемой в рамках предприятия, на той скорости, которая необходима для работы вашей компании.
- **Общекорпоративная ведомость сбалансированных показателей ведения бизнеса.** Включает в себя KPI, характеризующие телекоммуникации, с целью

формирования более стратегически направленного, единого представления о вашем предприятии, служащего основой для развития бизнеса. Предварительно созданные телекоммуникационные модели данных и процессы позволяют нашей интеллектуальной архитектуре объединять в рамках всего предприятия критически важную информацию, необходимую для поддержки основных бизнес-решений, позволяя вам быстро реагировать на изменения бизнес-требований и представлять себе важность каждого шага в процессе формирования знаний.

SAS Strategic Performance Management for Telecommunications также бесконфликтно интегрируется с другими компонентами SAS Telecommunications Intelligence Solutions, а стратегическая информация, получаемая из этих решений, легко добавляется в KPI, требуемые для оценки верности направления развития и успешности работы вашей компании.

ИНТЕЛЛЕКТ



## SAS® Marketing Automation for Telecommunications

### *Компонент блока решений SAS® Telecommunications Intelligence Solutions*

Поскольку с каждым днем конкуренция на рынке телекоммуникаций растет, растет и необходимость в формировании эффективных и более прибыльных взаимоотношений с клиентами. Учитывая высокие годовые показатели смены клиентами провайдеров (в некоторых регионах они составляют 30%), и постоянный рост расходов на привлечение новых клиентов, итоговые финансовые показатели компаний все время ухудшаются. Чтобы добиться успеха, телекоммуникационные компании должны не только сохранять круг своих пользователей, но и искать новые пути максимального увеличения рентабельности своих контактов с клиентами на всех этапах этих взаимоотношений.

Чтобы добиться этих целей, специалистам по маркетингу необходимо выполнять более точную сегментацию клиентов, а также чаще общаться с ними, используя для этого самые разнообразные способы. Подобные взаимоотношения формируются в несколько этапов, и для этого задействуются все возможные каналы, от радио и телевидения до прямых рассылок, телемаркетинга, электронной почты и Web. Но многие специалисты по маркетингу считают, что ограничения в их технологиях автоматизации маркетинга мешают им устанавливать многообразные, гибкие отношения с клиентами, которых требует современный рынок.

Сбор и оптимальное структурирование огромных объемов разнородных данных о клиентах, а также настройка аналитических моделей в соответствии с уникальными задачами, стоящими перед пользователями, еще больше усложняют работу маркетинговых организаций на рынке телекоммуникаций, поскольку зачастую требуют информационных ресурсов, кажущихся, на первый взгляд, излишними.

Как же увеличить эффективность маркетинговых мероприятий и гарантировать, что нужный продукт будет предложен нужному человеку в нужное время, учитывая, насколько серьезны трудности и высоки ставки?

За счет полной интеграции мощных функций анализа данных о клиентах с ведущими отраслевыми технологиями управления кампаниями решение SAS Marketing Automation for Telecommunications, компонент пакета SAS Telecommunications Intelligence Solutions, позволяет получить полное представление о клиентах, автоматизировать многообразные маркетинговые кампании и увеличить их эффективность и рентабельность.

SAS Marketing Automation for Telecommunications объединяет функции анализа маркетинговой деятельности и управления рекламными кампаниями в предварительно заданную среду телекоммуникационных данных, в которой можно быстро определять целевую аудиторию маркетинговых мероприятий и формулировать правила классификации клиентов, необходимые для сохранения круга пользователей, привлечения новых клиентов, развития, укрепления и оживления деятельности предприятия.



К основным особенностям этого пакета относятся следующие.

- Интеграция предварительно созданных телекоммуникационных аналитических моделей и процессов управления рекламными кампаниями, позволяющая извлекать максимальную ценность из самой актуальной информации о клиентах и маркетинговых мероприятиях, предоставлять достоверные и своевременные знания, гарантирующие высокую отдачу от проведения рекламных кампаний.
- Предварительно сформулированные планы проведения рекламных кампаний, которые можно использовать в качестве шаблонов. Эти планы направлены на привлечение новых клиентов, развитие, оживление деятельности и управление переходом клиентов к другим провайдерам.
- Функции детального управления рекламными кампаниями, которые позволяют оптимизировать их проведение и выбрать наиболее эффективные каналы за счет автоматического контроля каждого из элементов таких кампаний.
- Встроенная приоритизация и планирование разносторонних, многоканальных и многоэтапных кампаний.
- Эффективный отбор, отсеивание и фильтрация созданных сотрудниками предприятия и приобретенных на коммерческих условиях списков потенциальных клиентов для устранения дублирования записей в таких списках без обращения к услугам специалистов группы ИТ.
- Координация и оптимизация внешних и внутренних связей по различным каналам для сотен тысяч или сотен миллионов клиентов.
- Возможность создавать и контролировать проведение массовых маркетинговых кампаний, использующих возможности электронной почты, опираясь на детальное и полное представление о клиентах, а также обеспечивать доставку информации в рамках таких кампаний.
- Динамическая обработка результатов рекламной кампании, позволяющая автоматически обновлять данные о контактах с клиентами, отслеживать их реакцию на маркетинговые мероприятия и поддерживать аналитические процессы.
- Контроль «конкретной» (решение о покупке) и «скрытой» реакции (изменения или новые тенденции в поведении пользователя), на основании сведений, поступающих через традиционные каналы или электронные средства.
- Автоматическое обновление централизованного хранилища с данными о контактах с клиентами, информацией о реакции клиентов на маркетинговые мероприятия и результатами проведенного анализа.



## SAS® Customer Retention for Telecommunications

В мире телекоммуникаций, где правит конкуренция, главной и самой дорогостоящей заботой провайдеров остается так называемая миграция покупателей. Затраты на привлечение новых покупателей продолжают увеличиваться. По мере того как конкуренция заставляет провайдеров предлагать все более изощренные усовершенствования, в потребителях формируется вполне закономерное стремление опробовать новые сервисы, лишаящее компании возможности возместить расходы на привлечение покупателей.

Поскольку процесс непрерывного перехода покупателей от одного провайдера к другому не собирается замедляться, вам придется определить, с кем из потребителей вы можете расстаться, а кого хотели бы удержать и соответственно готовы ради этого предпринять определенные шаги.

Анализ и выявление наиболее вероятных «кандидатов на уход» и последующая разработка экономически эффективной стратегии, направленной на их удержание, для большинства телекоммуникационных компаний является чрезвычайно сложной задачей. Для реализации подобных проектов требуется сбор и анализ колоссального объема данных, которые зачастую бывает трудно «добыть» и свести воедино. Многие телекоммуникационные фирмы просто не имеют возможности поддерживать комплексную добычу данных и решение аналитических задач, т.е. выполнить два основополагающих условия для успешного противостояния оттоку клиентов.

Система удержания клиентов SAS, которая является частью решения SAS Telecommunications Intelligence Solutions, поможет вашей организации в короткие сроки выявить факторы, влияющие на «миграцию» потребителей, и даст ответ не только на вопрос «кто уйдет?», но и «почему уйдет?»

Вобравшая в себя более чем 26-летний опыт работы в промышленности и разработки аналитических систем, SAS® Customer Retention for Telecommunications представляет собой готовые к развертыванию модели и расширяемую архитектуру, которые сконструированы таким образом, чтобы помочь телекоммуникационным провайдерам заинтересовать лучших клиентов.

В предлагаемом решении используются обладающие многочисленными наградами отрасли средства хранения и анализа данных, которые дают возможность:

- получить точные сведения о тех, кто собирается отказаться от услуг компании;
- увидеть главные причины ухода
- максимально точно определять кандидатов на уход в ближайшем будущем;
- использовать гибкую и многоступенчатую технологию, которая будет поддерживать рост вашей компании;
- использовать готовые аналитические данные и модели процессов, которые ускорят процесс разработки и отдачу от инвестиций
- реализовать полную интеграцию с другими компонентами SAS Telecommunications Intelligence Solutions.

С помощью системы SAS® Customer Retention for Telecommunications можно определить постоянных и непостоянных потребителей - их подсчет ведется с помощью аналитических данных и моделей процессов, предназначенных для прогнозирования числа ненадежных клиентов среди мобильных пользователей, и пользователей, находящихся в основном на одном месте.

Эти заранее определенных процессы собирают данные из разных источников: счетов, подписки, вспомогательных операций, клиентских процедур, а потом анализируют их с помощью современных средств SAS с целью точного подсчета темпов оттока клиентов. Полученные в результате отчеты используются для выработки стратегии по удержанию потенциальных «беглецов». Эти же подсчеты могут быть применены для активизации маркетинговых кампаний с целью улучшения показателей, характеризующих удержание клиентов.

Наши готовые модели также предоставляют актуальную информацию о состоянии счетов, характере сделанных звонков, использовании различных служб, в том числе наиболее востребованных за последние полгода, а также о просроченных счетах. Сведения из телефонных узлов, а также систем восстановления после сбоя могут помочь в деле профилактики утечки клиентов.

Дополнительным преимуществом системы SAS® Customer Retention for Telecommunications является то, что она очень быстро дает ощутимые результаты -- обычно масштабы реальной выгоды становятся видны в течение недели. В действительности потребители начинают ощущать отдачу от инвестиций в течение первого года, а срок окупаемости измеряется не годами, а месяцами.



## SAS® Customer Segmentation for Telecommunications

### Компонент пакета SAS® Telecommunications Intelligence Solutions

Возможность распределять клиентов по категориям в зависимости от их вероятного поведения и потенциальной прибыльности имеет решающее значение для получения полного о них представления. Телекоммуникационным компаниям как никогда важно иметь такое представление, учитывая, насколько часто в этой отрасли клиенты меняют своих провайдеров и насколько слаба приверженность к торговой марке, приводящая, в свою очередь, к уменьшению нормы прибыли.

Хотя многие провайдеры телекоммуникационных услуг стремятся эффективно сегментировать своих клиентов, зачастую оказывается очень сложно проанализировать огромные объемы данных о них, распределенные по всему предприятию. Даже там, где возможна определенная сегментация, она часто ограничивается простыми демографическими параметрами или основными данными об уровне использования, которые не дают возможности детально и качественно оценить ни текущую прибыльность клиента, ни его вероятное поведение в будущем. Кроме того, многие компании не имеют возможности отслеживать динамику в группах клиентов, например, изменения уровня жизни, структуры звонков или общих предпочтений при покупках, следовательно, эти компании оказываются не в состоянии оценить долговременные результаты своих маркетинговых усилий. При отсутствии точной, контролируемой классификации клиентов в соответствии с их "ценностью", то есть с учетом таких параметров, как готовность к покупкам, число приобретаемых продуктов, нынешняя и потенциальная прибыльность и так далее, руководители, принимающие

стратегические решения, не могут получить информацию, которая им необходима для оценки и реализации стратегий, направленных на увеличение прибыльности взаимодействий с клиентом и эффективности маркетинговых мероприятий.

SAS Customer Segmentation for Telecommunications предоставляет готовую, настраиваемую модель классификации клиентов, которая дает специалистам по маркетингу возможность более точно сегментировать клиентов и прогнозировать их поведение, что, в свою очередь, позволит организациям формировать более четко ориентированные предложения, организовывать эффективное предоставление информации о продуктах и своевременно предлагать сопутствующие услуги.

Решение SAS Customer Segmentation for Telecommunications, опирающееся на более чем 26 летний опыт работы компании в отрасли и обширные пакеты аналитических решений, предоставляет готовые к внедрению аналитические модели и механизмы реализации, специально предназначенные для того, чтобы помочь провайдерам телекоммуникационных услуг ускорить их реализацию и более эффективно распределять своих клиентов по категориям. Это решение создано на основе открытой, расширяемой архитектуры программного обеспечения компании SAS и использует все преимущества ее технологий хранения данных и аналитики, неоднократно отмеченные наградами отрасли. Это решение предоставляет следующие возможности.

- Аналитическая модель данных и процессов сегментации.
- Анализ и подготовка отчетов о прибыльности клиентов.
- Анализ и подготовка отчетов об оплаченных звонках.
- Анализ и подготовка отчетов о неоплаченных звонках.
- Анализ и подготовка отчетов о клиентах и продуктах.

Аналитическая модель данных и процессов сегментации учитывает информацию об оплате счетов, данные о кредитных рисках (получаемые, например, из SAS Credit Scoring for Telecommunications, лояльности, прибыльности, времени, в течение которого пользователь является клиентом компании, и так далее. Сегменты, определяемые моделью, выходят за рамки разделения по демографическому признаку, и формируются с учетом целого ряда параметров прибыльности, а также прогнозов будущей прибыльности.

Такого рода классификация позволяет телекоммуникационным компаниям реализовывать адекватные стратегии маркетинга, обслуживания и продаж, ориентированные на различные группы пользователей, для того, чтобы увеличить общую эффективность бизнеса и ценность клиентов. Сегменты, определенные такой моделью, также находят отражение в структурах описания групп клиентов и самих клиентов с тем, чтобы добавить информацию о категории, к которой принадлежит клиент, к записям о нем, и более эффективно отслеживать изменение структуры этих категорий со временем. Основной метод распределения клиентов по категориям, используемый в SAS Customer Segmentation for Telecommunications, - это кластеризация, посредством которой клиенты с похожими характеристиками группируются, и для них предлагаются более специализированные аналитические модели или более точно ориентированные маркетинговые мероприятия, чем для сегмента в целом.

Это решение бесконфликтно интегрируется с другими компонентами пакета SAS Telecommunications Intelligence Solutions, поэтому классификацию клиентов можно легко использовать при разработке и определении целей маркетинговых кампаний или при оценке эффективности развития всего предприятия.



## SAS® Cross-Sell and Up-Sell for Telecommunications

### *Компонент пакета SAS® Telecommunications Intelligence Solutions*

В такой отрасли, как телекоммуникации, где самое большое беспокойство по-прежнему вызывает высокий процент клиентов, меняющих провайдера, крайне важное значение для сохранения круга клиентов и поддержки максимально рентабельных взаимоотношений с ними играет эффективная организация продаж новых и более дорогих товаров.

Провайдеры телекоммуникационных услуг должны изыскивать более эффективные способы предложения своих товаров и услуг как новым, так и существующим клиентам с тем, чтобы увеличить доходы, быстрее оправдать затраты на приобретения и, в конечном итоге, укрепить лояльность клиентов, которая усиливает эффект стратегий, направленных на сохранение круга пользователей.

Многие телекоммуникационные компании стремятся реализовать максимально эффективные стратегии продажи новых и более дорогих товаров. Данные о клиентах, которые могли бы помочь в выявлении потенциальных покупателей новых и более дорогих товаров, зачастую распределены по всему предприятию, в силу чего практически невозможно получить четкое представление о предпочтениях клиентов и их поведенческих характеристиках.

Не имея полного представления о клиентах и эффективного способа их

классификации, то есть, к примеру, определения, какие из клиентов подписываются на несколько видов услуг или всегда стремятся приобрести самое новое оборудование, маркетинговые стратегии распространения сопутствующих товаров вряд ли оправдают потраченные на них средства.

Решение SAS® Cross-Sell and Up-Sell for Telecommunications, компонент пакета SAS Telecommunications Intelligence Solutions, позволяет определять круг клиентов, которые приобретают несколько продуктов или часто их обновляют. После этого, с учетом выявленных параметров, вы можете провести анализ других категорий клиентов с тем, чтобы определить, кто из них потенциально готов к новым приобретениям.

Это решение, опирающееся на более чем 26 летний опыт работы в отрасли и использующее возможности удостоенного многочисленных наград отрасли программного обеспечения SAS для хранения данных и аналитики, включает в себя предварительно разработанные аналитические модели, позволяющие найти дополнительные возможности получения доходов и помочь прогнозировать, какие в дальнейшем товары и услуги заинтересуют каждого из ваших клиентов.

SAS Cross-Sell and Up-Sell for Telecommunications включает в себя следующие элементы:

- Предиктивная модель анализа рыночной корзины.
- Анализ и подготовка отчетов о программе повышения лояльности существующих

клиентов.

- Анализ и подготовка отчетов об эффективности использования каналов распространения.
- Анализ и подготовка отчетов об оплаченных звонках.
- Анализ и подготовка отчетов о неоплаченных звонках.

Анализ рыночной корзины позволяет вам определить наиболее вероятных кандидатов на приобретение новых товаров с учетом сделанных ими ранее заказов, демографических данных о клиентах, частоты и длительности звонков и других ключевых параметров. Например, вы можете определить, каким образом определенные клиенты переходят из категории абонентов, пользующихся услугами постоянной телефонной линии, в категорию абонентов, использующих несколько постоянных телефонных линий и услуги Internet. После чего можно использовать эти знания для мероприятий прямого маркетинга, ориентированных на клиентов, которые с максимальной вероятностью последуют тем же путем.

SAS Cross-Sell and Up-Sell for Telecommunications также бесконфликтно интегрируется с другими компонентами пакета Telecommunications Intelligence Solutions, поэтому анализ предложений сопутствующих товаров можно легко использовать в других стратегиях, ориентированных на сегментацию и сохранение круга клиентов.



## SAS® Credit Scoring for Telecommunications

### Компонент SAS® Telecommunications Intelligence Solutions

По мере того, как телекоммуникационные компании ищут все новые способы максимально увеличить прибыльность своих клиентов в условиях роста конкуренции и неустойчивости приверженности тому или иному бренду, необходимость снижать издержки и бизнес-риски за счет верной оценки кредитоспособности клиентов становится все более актуальной.

Учитывая ужесточение конкуренции на рынке, возможность быстро и точно определить уровень кредитного риска как для существующих, так и для потенциальных клиентов может стать серьезным конкурентным преимуществом, позволяя гарантировать, что компания не привлечет клиентов, относящихся к группе наивысшего риска.

Оценка кредитоспособности не только позволяет установить, какие из потенциальных клиентов наиболее перспективны, но и дает возможность более точно определить, какие предложения товаров и услуг, а также какие методы оплаты наиболее приемлемы для той или иной категории клиентов.

Есть ли в вашей организации средства определения параметров кредитоспособности, отличающиеся максимальной точностью и гибкостью, простотой реализации

и адаптируемости к требованиям провайдеров телекоммуникационных услуг?

SAS® Credit Scoring for Telecommunications, компонент пакета SAS Telecommunications Intelligence Solutions, использует модели, специально разработанные для телекоммуникационной отрасли, которые позволяют компаниям сократить бизнес-риски и издержки, связанные со списанием безнадежных долгов.

Это решение, опирающееся на более чем 26-летний опыт работы в отрасли, основанное на возможностях обладающего многочисленными наградами отрасли программного обеспечения SAS для хранения данных и аналитики, включает в себя предварительно разработанные аналитические модели для прикладной и поведенческой оценки, которые могут помочь провайдерам телекоммуникационных услуг сократить размер безнадежных долгов за счет оценки кредитоспособности как существующих, так и потенциальных клиентов.

Это решение также помогает определить круг потребителей, заинтересованных в приобретении новых и более дорогих товаров и услуг, позволяя, к примеру, провайдеру услуг беспроводной связи выяснить, каким клиентам (с учетом их кредитной истории) следует предлагать услуги с предварительной оплатой, а не с ежемесячной абонентской платой.

SAS Credit Scoring for Telecommunications включает в себя следующее.

- Модели прогнозирования кредитоспособности.
- Поведенческий анализ и подготовка отчетов по оплаченным звонкам.
- Поведенческий анализ и подготовка отчетов по неоплаченным звонкам.

Так же как и все остальные аналитические модели данных и процессов SAS, модели оценки кредитоспособности опираются на данные, подготовка и анализ которых выполнены с помощью решений SAS. В модель помещается информация о расчетах, данные кредитной истории, в частности, о неоплаченных счетах, данные о клиенте и о подписке, после чего она обрабатывается. Результаты обработки вновь записываются в таблицы расчетных и кредитных сегментов, откуда их можно получить в случае необходимости.

SAS Credit Scoring for Telecommunications бесконфликтно интегрируется с другими решениями Telecommunications Intelligence Solutions, в силу чего кредитные данные можно оперативно использовать для разработки стратегий продаж сопутствующих товаров и услуг или других маркетинговых стратегий.



## Расширяемое решение

Решение SAS Telecommunications Intelligence Solutions уникально тем, что сочетает в себе обладающие наградами отрасли аналитические средства и технологии хранилищ данных с проверенными предварительно разработанными процессами и методами, которые ускоряют внедрение и получение результатов. Решения SAS позволяют получить ощутимый возврат от инвестиций в течение месяцев, а не лет.

Система SAS предлагается как пакет интегрированных компонентов, которые могут быть расширены со временем. В SAS Telecommunications Intelligence Solutions воплощен принцип «мысли масштабно, действуй целенаправленно». Можно начать с решения одной или двух наиболее актуальных бизнес-задач - например, сегментация пользователей и их удержание, - и развивая эту же инфраструктуру далее, сосредотачиваться на других приоритетных направлениях. Кроме того, модули SAS Telecommunications Intelligence Solutions, которые планируются реализовать в будущем - от финансового управления до управления взаимоотношениями с поставщиками, управления информационными технологиями и человеческими ресурсами - позволят вам добиться успеха в других сферах деятельности предприятия.

## Преимущества SAS® Intelligence

На современном рынке, отличающемся высоким уровнем конкуренции, организации должны сосредотачивать свои ограниченные ресурсы на стратегиях, которые наиболее вероятно приведут к успеху. SAS может помочь вам добиться такой концентрации усилий. Мы эффективно используем инвестиции, которые вы уже сделали в операционные системы и приложения, добавляя к ним уровень знаний, который невозможно обрести где-либо в другом месте. Решения и услуги SAS дают вашей организации возможность преобразовать необработанные данные, полученные из любого источника и по любому каналу, в полезные знания о клиентах, поставщиках, вашей организации и общей производительности вашего предприятия. Мы назвали его SAS Intelligence и реализуем его за счет применения самых передовых технологий управления и анализа данных и специализированных решений.

Поскольку все решения SAS опираются на одну и ту же открытую, универсальную платформу - Intelligence

Architecture, не составляет труда связать отдельные решения и эффективно использовать существующую технологию для получения надежной информации, на основе которой руководители предприятий могут принимать взвешенные решения. Вне зависимости от того, сосредотачиваетесь ли вы на одной грани своего бизнеса или стремитесь увеличить производительность всего предприятия, SAS Intelligence может помочь вам максимально увеличить рентабельность, снизить риск и добиться преимуществ перед конкурентами.

Решения SAS, крупнейшей в мире частной компании-производителя программного обеспечения, используются в более чем 38 тысячах компаний, правительственных структур и университетов мира. В числе ее клиентов 98 компаний из 100 лучших мировых компаний по рейтингу Fortune 500 и 90% компаний, составляющих весь список Fortune 500. Вот уже более 25 лет, компания наделяет своих клиентов Всей силой знания.

### **Пример из практики: управление показателями работы**

#### **Бизнес-задача**

В связи с обострением конкурентной борьбы, крупнейшей скандинавской компании потребовалось определить стратегические направления приложения сил для повышения уровня удовлетворенности клиентов и их лояльности.

#### **Решение**

Компания использовала SAS для разработки управляющей инфор-

мационной системы для руководителей высшего звена, а также для идентификации ключевых показателей работы в рамках всей организации.

Решения SAS позволили компании оптимизировать и сосредоточить стратегические ресурсы, реализовать выбранную стратегию, принимать решения и измерять результаты во всех бизнес-подразделениях.

#### **Преимущества**

Данные компании были преобразованы с полезную информацию, легко доступную для понимания, что позволило существенно повысить удовлетворенность клиентов и эффективность работы в рамках всего предприятия.



*Более подробную информацию о решениях SAS  
для телекоммуникаций можно получить по адресу [www.sas.com](http://www.sas.com).*



**Московское  
представительство**  
109240, Москва,  
Николаямская ул., 13  
Тел.: +7 095 937 4151  
Факс: +7 095 937 4155  
<http://www.sas.com/russia>

**SAS Institute  
Европейская штаб квартира**  
Neuenheimer Landstr. 28-30  
P.O. Box 10 53 40  
D-69043 Heidelberg, Germany  
Тел.: +49 6221 4160  
Факс: +49 6221 474850

**SAS Institute Inc.  
Мировая штаб-квартира**  
SAS Campus Drive,  
Cary, NC 27513 USA  
Тел.: +1 919 677 8000  
Факс: +1 919 677 4444  
<http://www.sas.com>