

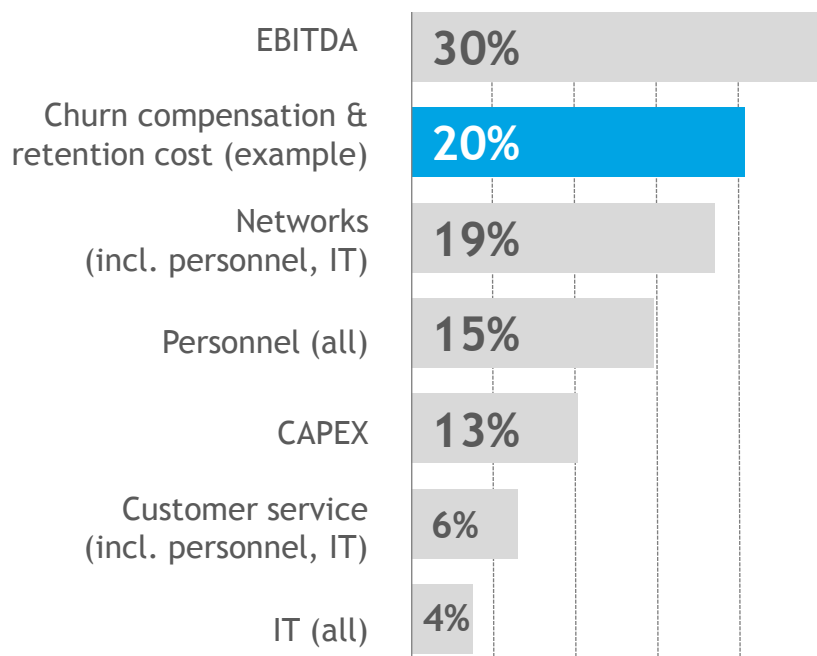
Обеспечение контекстного индивидуального взаимодействия с абонентом

Тема: новые тренды на рынке OSS/BSS решений: CRM -> CEM -> CIQ4T

Александр Севастьянов
Менеджер по развитию бизнеса
Comptel Corporation

Сегодня оптимальная сеть (высокий QoS при низком CAPEX и TCO) и эффективные бизнес процессы (низкий OPEX) уже не являются залогом коммерческого успеха для оператора связи

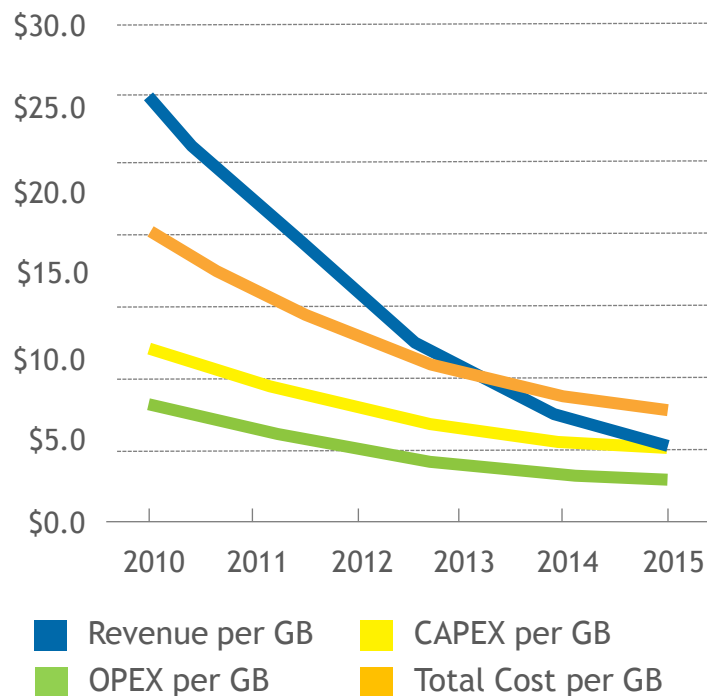
Пример 1: борьба с оттоком “съедает” до 20% доходов оператора



Churn is usually the largest cost for mobile operators in mature markets, at about two thirds of EBITDA.

Source: www.tefficient.com 2012

Пример 2: на рубеже 2013-2014 мобильный ШПД станет убыточным



Source: Hazlett 2011, George Mason University

В постиндустриальную эру предложение основанное только на технических возможностях адресует уменьшающийся сегмент массового рынка. Маркетинг перестает быть лишь средством вывода на массовый рынок новых технологий, превращаясь в независимый от технологий источник дополнительного дохода

Абонент требует более своевременного, уместного и индивидуального взаимодействия

Сколько можно
удалять эти
назойливые СМС от
оператора ?!

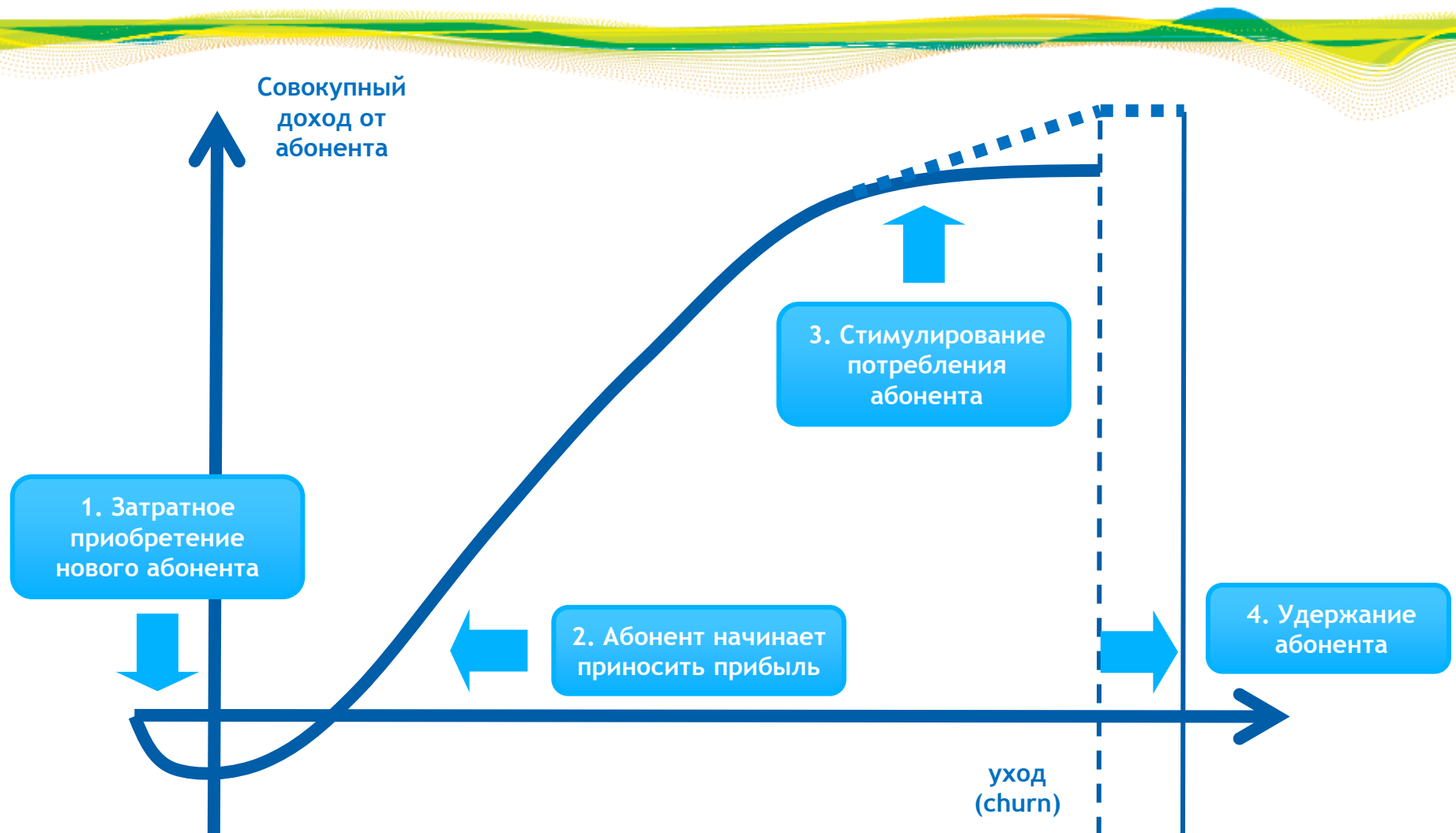
Они специально не
говорят о новых тарифах,
чтобы я тратила деньги
впустую !!



Что толку в этой
рекламе услуг, если
все равно не ясно, как
их подключить ?!

Никто меня не
понимает - даже
мой телефон !!

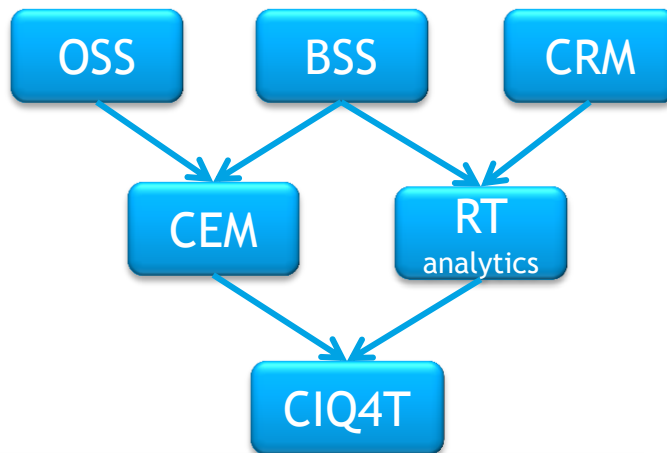
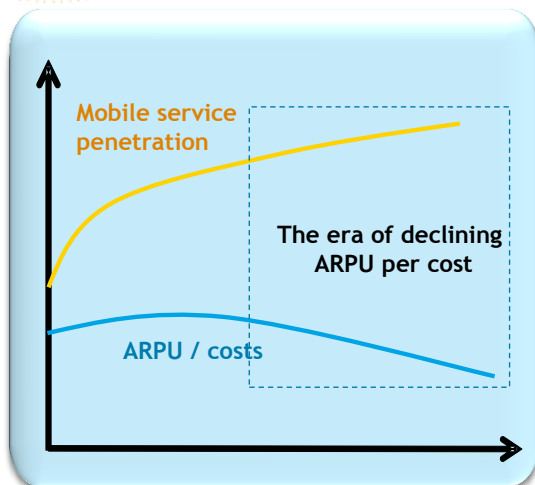
Первостепенная задача маркетинга оператора - максимизировать совокупный доход, приносимый каждым абонентом



Первостепенная задача маркетинга оператора - максимизировать совокупный доход, приносимый каждым абонентом, и минимизировать стоимость решения этой задачи

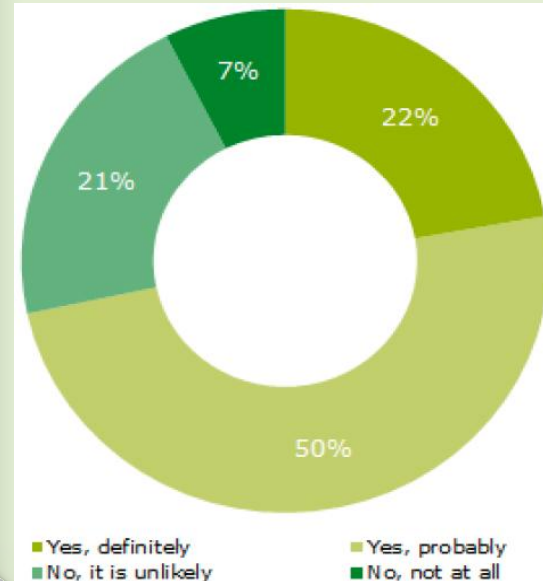


Но и традиционные средства маркетинга в виде целевых офф-лайн кампаний перестают быть достаточно эффективными сегодня. Востребованными становятся интегрированные решения, включающие rt-analytic CRM и OSS/BSS приложения по контролю и управлению услугами



Опрос абонентов (CEM):

если ваш оператор, обнаружив проблемы с качеством сервиса, предложит вам приз (купон на бесплатный кофе в Старбакс), повысит ли это вашу лояльность к нему?



Динамика требований массового рынка:

Сегодня поставщики услуг связи сталкиваются с острой конкуренцией со стороны альтернативных экосистем и других поставщиков услуг. В результате ожидания абонентов в отношении уровня сервиса постоянно растут. Для удовлетворения этих ожиданий операторы имеют настоятельную необходимость взаимодействовать с абонентами в более своевременной, актуальной и индивидуальной форме, а также использовать более интеллектуальные каналы взаимодействия с абонентами. В случае успеха оператор может рассчитывать на повышение лояльности абонентов, что в итоге положительным образом отразится на доходах самого оператора.

Выделение из монолитного конвергентного биллинга динамического CIQ4T цикла **detect-analyse-respond** - современный тренд практики трансформации OSS/BSS

Возможность оптимизации темы взаимодействия аналитики. Для подлинно индивидуального чтобы оператор четко понимал кому, Для конечного абонента это создает и гарантирует уместность

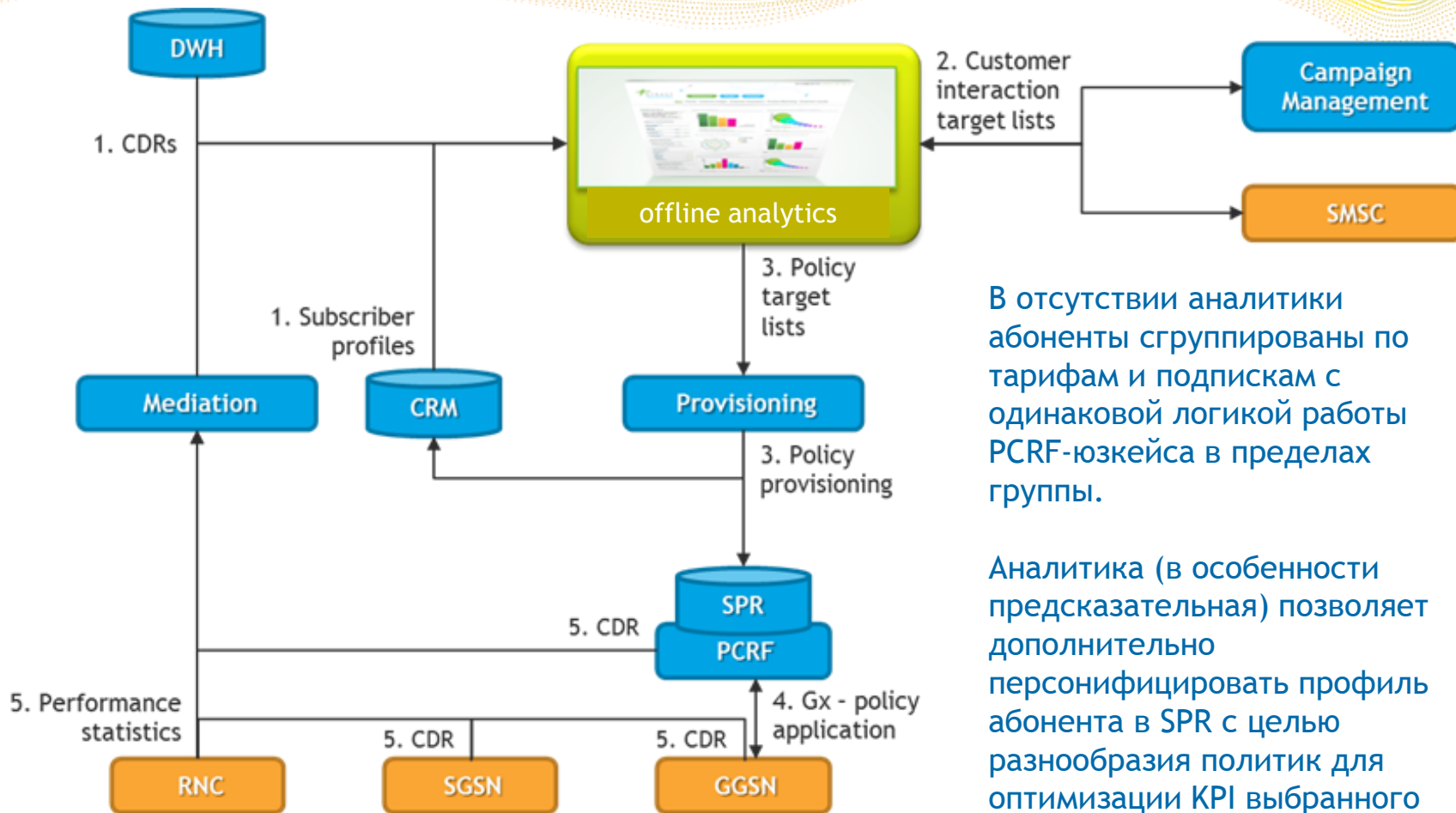
на персональном уровне с помощью развитой взаимодействия с абонентом необходимо, что и в каких количествах предлагать. ощущение индивидуального подхода, предлагаемого контента

Возможность отслеживать актуальные изменения контекста абонента в реальном времени, чтобы тема интеллектуального взаимодействия соответствовала текущему контексту абонента. Для конечного абонента это гарантирует своевременность и актуальность тем обращений оператора.



Возможность дополнить взаимодействие немедленной реакцией изменения подписки на услуги. Дать возможность абоненту сразу воплотить в жизнь свои пожелания в части услуг оператора на льготных условиях - для усиления мотивации и повышения лояльности.

Одним из первых кристаллизовавшихся решений на тему CIQ4T стало дальнейшее усовершенствование возможностей интеграции PCRF и аналитического CRM, известного на примере Smart Throttling

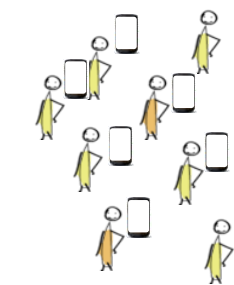


В отсутствии аналитики абоненты сгруппированы по тарифам и подпискам с одинаковой логикой работы PCRF-юзкейса в пределах группы.

Аналитика (в особенности предсказательная) позволяет дополнительно персонализировать профиль абонента в SPR с целью разнообразия политик для оптимизации KPI выбранного бизнес кейса.

Преимущества Smart Throttling с участием офлайн аналитики в сравнении со стандартным PCRF Throttling на примере аналитического предсказания будущей ценности абонента по первым дням активности

С точки зрения BSS все эти абоненты одинаковы, однако предсказательная аналитика позволяет уже скоро разделить их на классы перспективности в плане ожидаемого совокупного дохода, которые могут использоваться PCRF для назначения разных QoS



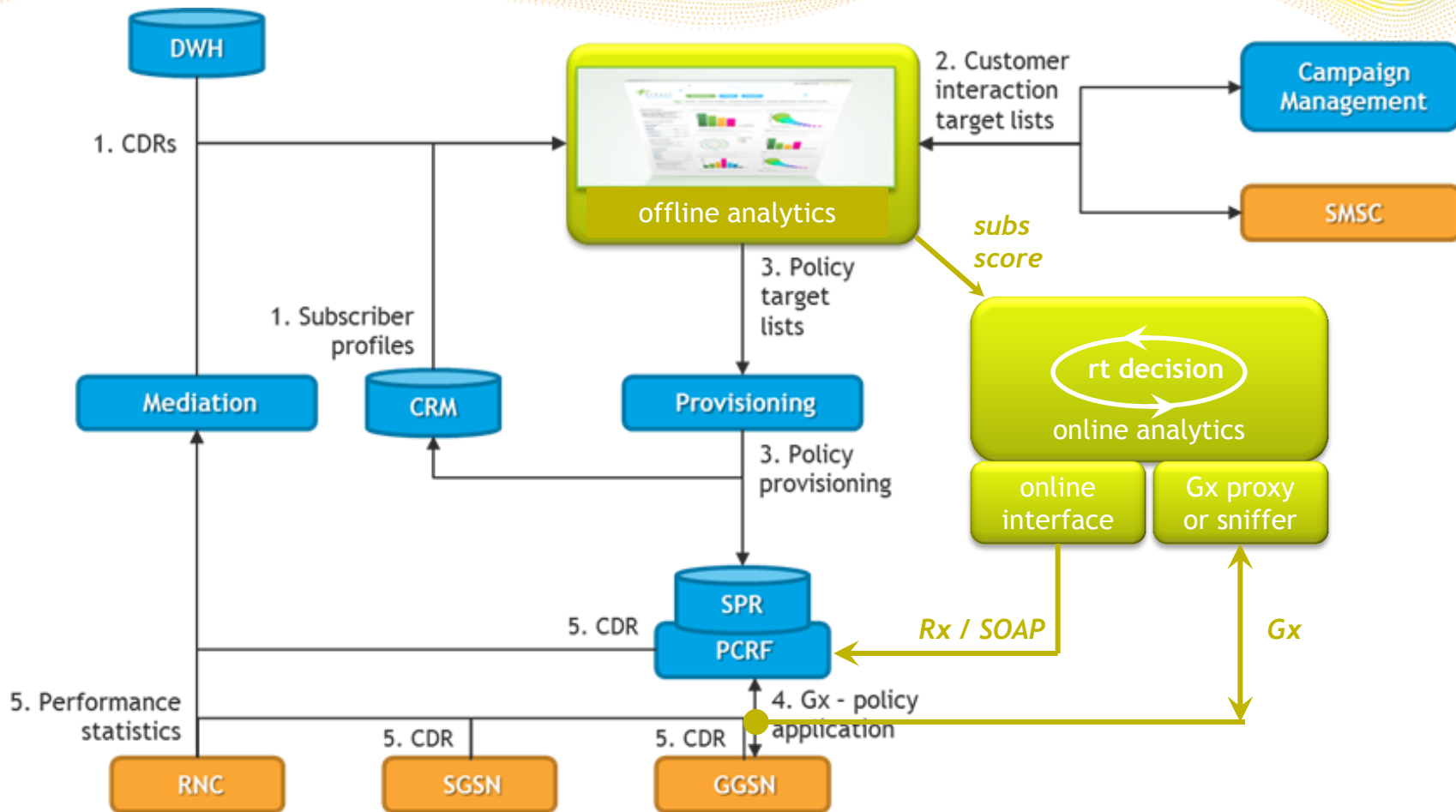
Новые абоненты пользуются пакетными сервисами



Хотя все абоненты будут пользоваться одинаковой полосой, так как подписаны на одинаковый сервис, в случае перегрузки на радио сети перспективные абоненты пострадают меньше

Спустя более продолжительное время аналитика сможет предложить индивидуальные предложения по подписке на пакетный сервис, оптимизированные по вероятности принятия их каждым абонентом, превратив PCRF в канал продаж

Офлайнный характер интеграции аналитики вызвал нарекания со стороны операторов, так как не позволял воздействовать на открытые сессии и включать в расширенный анализ контекст реального времени. Поэтому в архитектуре CIQ4T архитектура s-Throttling была доработана:



Пока что CIQ4T располагает большим количеством слайдов, нежели внедрений. Однако интерес со стороны операторов чрезвычайен. Какие же факторы заставляют операторов выбирать CIQ4T подход?

- Анализ ситуации и принятие решения в реальном времени составляет сегодня большую проблему для операторов. Наиболее распространены сегодня два подхода:
 - Принятие решения по рекомендациям с участием человека, что вносит фактор субъективности и не всегда может удовлетворять критерию реального времени
 - Принятие решения алгоритмами жестко прописанными (hard coded) в OSS/BSS приложениях, что лишает решения требуемой степени динамизма и требует много времени на внесения изменений в критерии принятия решения
- Аналитические системы BI и DWH, успешно решая задачи консолидации разнотипных данных и их согласованного анализа, испытывают трудности с трансляцией своих результатов в оперативные мероприятия или воздействия в реальном времени на протекающие бизнес процессы
- Необходимость адекватно отвечать на вызовы коммодитизации и падения лояльности вынуждает операторов искать принципиально новые самообучающиеся решения, автоматизирующие замкнутый цикл сбора разнотипных данных об абонентах, предсказания их реакции на контакт и его контент, влияния на процесс предоставления услуг в реальном времени

"Real-time predictive analytics will be the killer app for this cloud era."

Joe Tucci in Oracle OpenWorld 2012

(Chairman of the Board of Directors and Chief Executive Officer of EMC Corporation)

According to http://www.theregister.co.uk/2012/10/03/tucci_oracle_openworld/

Спасибо за внимание!