



# **Поиск клиента с неоптимальными тарифами**

Выполнила: Парамонова Кристина

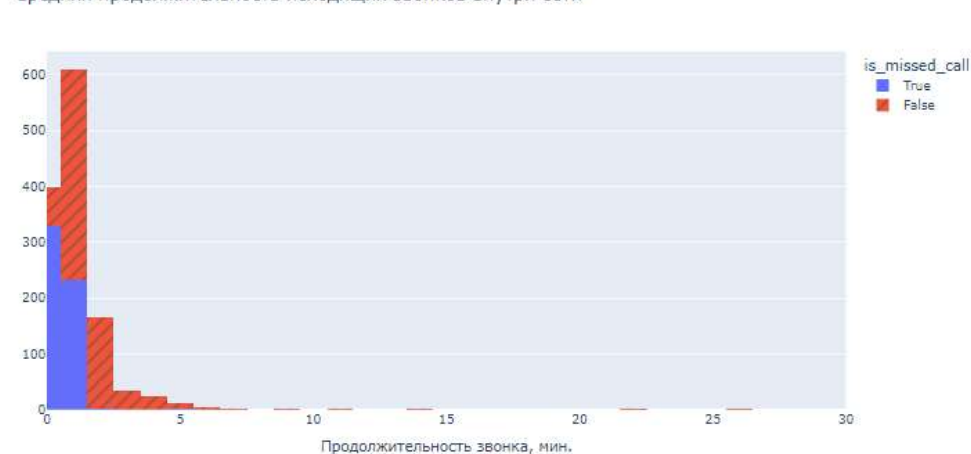
## Цели и задачи:

- В рамках нашего анализа мы подберем для клиента наиболее выгодный тариф для него (с учетом его месячных трат), т.к. известно, что есть клиенты, которые переплачивают на своих текущих тарифах, что может спровоцировать их к уходу к операторам другой компании.
  
- **Задачи поставлены следующие:**
  - найти клиентов, которые переплачивают на текущих тарифах
  - найти клиентов, которые сэкономят, если перейдут на более дорогой тариф
  - минимизировать ущерб для компании

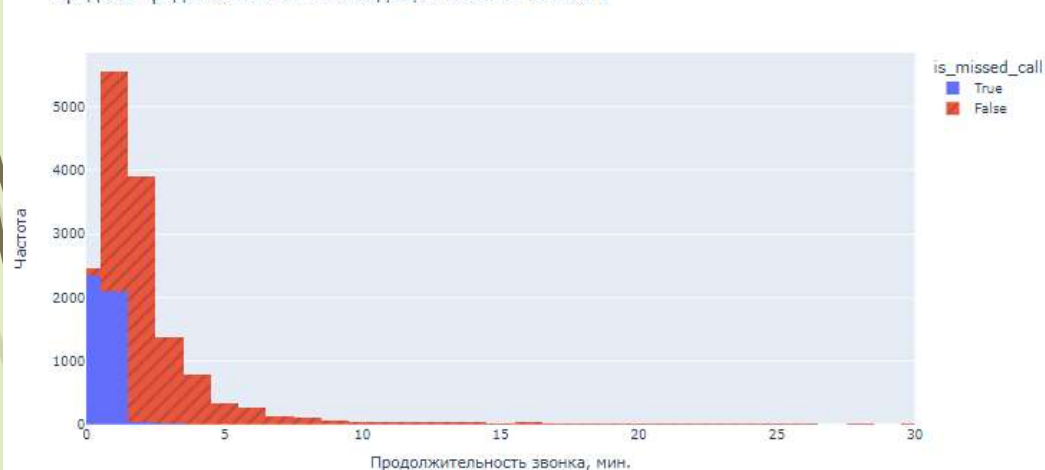
# Продолжительность исходящих звонков

- Максимальное время исходящего звонка внутри сети 26 мин, и лишь по 1 мин длятся более 75% звонков.

Средняя продолжительность исходящих звонков внутри сети



Средняя продолжительность исходящих звонков вне сети



- Максимальное время исходящего звонка вне сети 60 мин с учетом ожидания, и лишь по 2 мин длятся более 75% звонков.

## Выручка по тарифам по месяцам

Сумма выручки выросла к ноябрю, т.к. выросло и кол-во клиентов, а значит и кол-во звонков с операторами. Кол-во операторов:

- Сентябрь – 125
- Октябрь – 215
- Ноябрь - 244

На графике видно, что преимущественное кол-во клиентов сейчас находятся на тарифах В и С



## Клиенты с неоптимальными тарифами

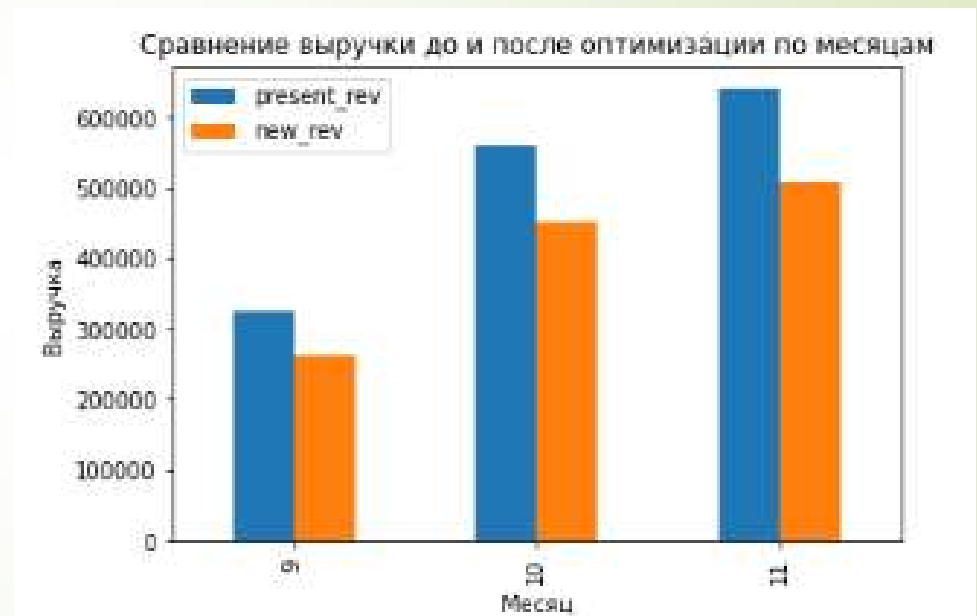
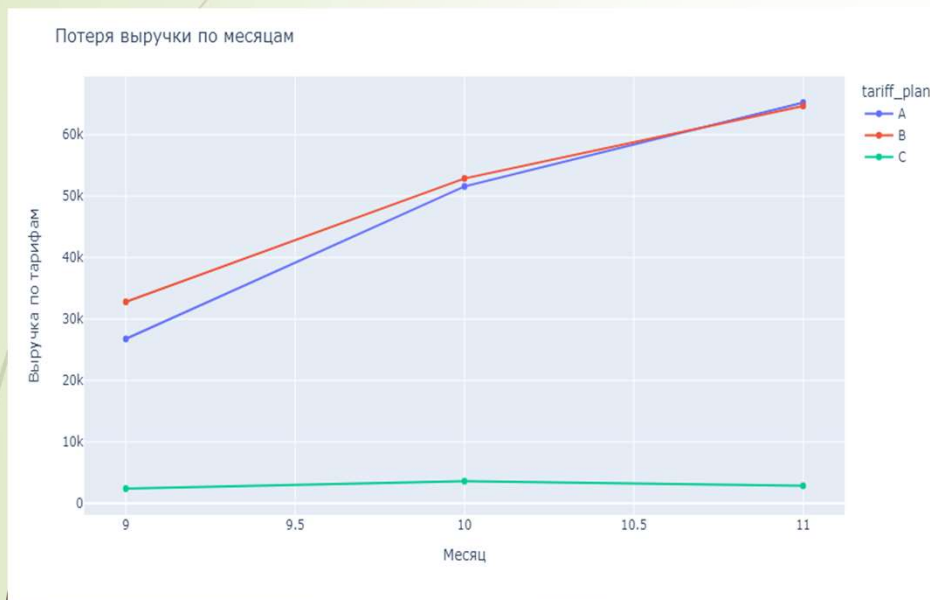
Тариф	Кол-во неоптимальных	Кол-во всего	Доля
A	26	76	3,5%
B	85	261	11,6%
C	6	395	0,8%

Выполнила: Парамонова Кристина

# Изменение выручки после оптимизации

6

При переводе клиентов на оптимальные для них тарифы, компания потеряет суммарно выручки на 302696.5 рублей или 19.85% в относительном выражении.



Выполнила: Парамонова Кристина

# Проверка гипотез

- **Цена услуг на тарифных планах А и В различается**

- -  $H_0$  = цена услуг на тарифных планах А и В одинаковая
- -  $H_1$  = цена услуг на тарифных планах А и В не равны друг другу

- **Вывод:** Наша о том, что стоимость услуг на тарифах А и В одинаковая - не подтверждена

- **Выручка компании после перехода клиентов на другой тариф изменится**

- -  $H_0$  = выручка компании после перехода клиентов на другой тариф останется на том же уровне
- -  $H_1$  = выручка компании после перехода клиентов на другой тариф сократится или вырастет

- **Вывод:** гипотеза о том, что выручка компании сохранится на том же уровне после оптимизации тарифных планов, что и до изменения - не подтвердилась, средняя выручка изменится.

## Выводы о проделанной работе и рекомендации

- - выявлено 117 клиентов, кто находится не на оптимальном для себя тарифе и переплачивает за услуги. 11,6% от всех клиентов используют тариф В, наиболее грамотно распоряжаются услугами клиенты с тарифом С - всего 1% неоптимально использующих.
- - при переводе всех клиентов на оптимальные для них тарифы, компания потеряет суммарно выручки на 302 696.5 рублей или 19.85% в относительном выражении
- гипотеза о том, что стоимость услуг на тарифах А и В одинаковая - не подтверждена, точно так же, как и гипотеза о том, что выручка компании сохранится на том же уровне после оптимизации тарифных планов, что и до изменения
- В качестве рекомендации, советую обратить внимание на следующее:

Если важнее сохранить этих 117 клиентов, чем потерять почти 20% прибыли, необходимо минимизировать собственные потери одним из возможных способов : предложить наиболее крупным и долгосрочным перспективам индивидуальные условия договоров (например, повысить плату за тариф, но снизить стоимость на ту категорию звонков, которая у него преобладает). Либо же внедрить «неустойку» за невыполнение определенного кол-ва исходящих внешних звонков.



Благодарю за внимание!

Выполнила: Парамонова Кристина