

цифровой
прорыв

сезон: II

КЕЙС



Формирование прогнозной
модели оттока действующих
клиентов

Открытое акционерное общество «Российские железные дороги»
Горьковский территориальный центр фирменного транспортного
обслуживания-структурное подразделение Центра фирменного
транспортного обслуживания - филиала ОАО «РЖД»



Министерство
экономического развития
Российской Федерации

РОССИЯ –
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Кейсодержатель

Открытое акционерное общество «Российский железные дороги»
Горьковский территориальный центр фирменного транспортного обслуживания-структурное подразделение Центра фирменного транспортного обслуживания - филиала ОАО «РЖД»

01 Сфера деятельности

Железнодорожный транспорт, железнодорожные грузоперевозки, логистика в сфере железнодорожных грузовых перевозок

02 Краткое описание кейса

Создание программного модуля по формированию приоритетного списка (реестра) действующих клиентов на основании информации из CRM-системы, ПО ОАО «РЖД» с целью дальнейшей организации работы по удержанию клиентов и продажи транспортно-логистических услуг ОАО «РЖД».

→ Сайт организации

<https://company.rzd.ru>

<https://company.rzd.ru/ru/9349/page/105554?id=61#enttab-main>

Постановка задачи

Создание программного модуля, позволяющего по ключевым критериям и их зависимостям, определять отток действующих клиентов/пользователей услуг железнодорожного транспорта компании ОАО «РЖД».

В программном модуле необходимо предусмотреть загрузку файлов с расширением «.xls», «.docx» и «.pdf» и ввода ключевых показателей (населённый пункт, сфера деятельности (ОКВЭД)). Программный модуль должен иметь возможность интеграции с CRM-системой ОАО «РЖД» на базе 1С.

Данную выборку необходимо сформировать в виде реестра с приоритетным набором клиентом (в порядке убывания) с учётом постановки следующих вопросов (для примера) «с каким клиентом в данный момент времени (с наибольшей вероятностью) необходимо провести работу?», «какой клиент с большой вероятностью перестанет пользоваться транспортно-логистическими услугами ОАО «РЖД», «Какой клиент является целевым для продажи транспортно-логистических услуг ОАО «РЖД, но "уйдёт" в ближайшее время».

Для отбора, в первую очередь, необходимо рассматривать ретроспективную статистику перевозок по железной дороге (номенклатура грузов, объёмы перевозок (в тоннах, вагонах), направления и др.)- данные (таблицы) из автоматизированных систем ОАО "РЖД".

Постановка задачи

Дополнительными критериями отбора в модуле (реестре) также могут быть следующие актуальные на текущий момент времени показатели: тип компании (крупный, средний, малый бизнес), «входит ли в реестр МСП», сфера деятельности (ОКВЭД), географическое расположение, размер компании (уставной капитал, прибыль, численность), юридический и фактический адрес. является грузоотправителем и (или) грузополучателем в ОАО «РЖД». Дополнительной информацией может быть: участие в тендерах, государственные контракты, суммы государственных контрактов, индексы платёжной дисциплины, индексы финансового риска и др. (описание по наименованию столбцов в предлагаемых выборках отражены в отдельном файле к кейсовому заданию) - данные (таблицы) из CRM-системы “Маркетинговые списки”, “Интересы”, “Обращения”.



Министерство
экономического развития
Российской Федерации

РОССИЯ –
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

цифровой
прорыв

сезон: ЛИ



Проблематика

Задачей компании ОАО «РЖД» является привлечение дополнительных объёмов грузов на железнодорожный транспорт и получение доходов от реализации логических услуг. Данной работой в компании занимается Центр фирменного транспортного обслуживания, в структуру которого входят Центры продажи услуг в сфере грузовых перевозок (ЦПУ). По всей территории Российской Федерации открыты такие офисы, где более 250 сотрудников ежедневно работают с потенциальными, новыми и действующими клиентами, предлагают услуги железнодорожных грузовых перевозок, обрабатывают входящие обращения, заключают договоры не только по железнодорожным перевозками, но по дополнительным услугам (погрузо-разгрузочные работы на грузовых терминалах, услуги «первой и последней миль», оформление необходимых документов и др., рассказывают о преимуществах, возможностях сервисов и услуг компании ОАО «РЖД»).

Стоит отметить, что в части организации работы с действующими клиентами важно вовремя определить того самого рискованного клиента/клиентов, который с большой вероятностью в ближайшее время прекратит сотрудничество с ОАО «РЖД», перестанет пользоваться услугами железнодорожного транспорта и в расторгнет договорные отношения.

Проблематика

На сегодняшний день, формирование консолидированной статистики по действующим клиентам (по Горьковской ж.д. более 3000 действующих клиентов) происходит вручную на основании информации, хранящейся на различных ПО ОАО «РЖД». При существующем подходе организации работы сотрудниками отделов продаж затрачивается большое количество рабочего времени на нерациональные и рутинные задачи (основные задачи направлены на работу с клиентами и продажу услуги сервисов, сопровождение клиентов ОАО «РЖД», консультирование, поиск и расчёт новых оптимальных решений транспортировки грузов). Такая организация работы в части поиска, анализа данных по действующим клиентам не даёт возможности формирования новой бизнес-модели работы сотрудников с учётом минимизации рутинных процессов, в виду этого компания несёт большие финансовые и репутационные потери.

Стоит отметить, что своевременно непроведённая работа с клиентами, направленная на сохранение партнёрских отношений, является одной из основных причин оттока пользователей услуг железнодорожного транспорта.

Ввиду этого, компания ОАО «РЖД» несёт финансовые потери в связи с оттоком действующих клиентов и непроизводительными рутинными задачами, которые возможно оптимизировать и цифровизировать.

Решение

В программном модуле необходимо предусмотреть загрузку файлов с расширением «.xls», «.docx» и «.pdf» и ввода ключевых показателей (населённый пункт, сфера деятельности (ОКВЭД)) с последующим выводом реестра/приоритетного списка клиентов, которые в ближайшее время могут расторгнуть договорные отношения с ОАО «РЖД»/приостановят грузоперевозки железнодорожным транспортом.

Программный модуль должен иметь возможность интеграции с CRM-системой ОАО «РЖД» на базе 1С.

Данное решение позволит получить качественную выборку/реестр клиентов, которые с большим риском в ближайшее время (в течение 6 месяцев) приостановят железнодорожные перевозки.

Внедрение модуля позволит качественно улучшить работу и взаимодействие с действующими клиентами, сократить финансовые издержки, уменьшить репутационные риски компании ОАО «РЖД», оптимизировать непроизводительные рутинные процессы сотрудников.

Стек технологий, рекомендуемых к использованию

Необходимые данные, дополнения, пояснения, уточнения

01

Информация не предоставляется

02

Решение должно работать без доступа к интернету



Оценка

→ Для оценки решений применяется метод экспертных оценок

→ Жюри состоит из отраслевых и технических членов жюри

→ Итоговая оценка определяется как сумма баллов всех членов жюри

→ На основании описанных далее характеристик, жюри выставляет оценки

Технический член жюри оценивает решение по следующим критериям:

01

Документация и комментарии к коду

Шкала 0-1-2-3

02

Временной интервал предсказания оттока

Шкала 0-1-2-3-4

03

Анализ признаков, влияющих на отток

Шкала 0-1-2

04

Отбор признаков, влияющих на отток и обоснование этого

Шкала 0-1-2

05

Использование различных выгрузок

Шкала 0-1-2-3-4

06

Построение предсказаний оттока клиентов по различным областям и республикам

Шкала 0-2-4

07

Прозрачность решения

Шкала 0-1-2-3

Технический член жюри оценивает решение по следующим критериям:

08

Реализация дополнительных идей (импровизация по созданию того, что может улучшить качество вашего решения)

Шкала

0-1-2-3

09

Обоснованность выбранного метода (описание подходов к решению, их обоснование и релевантность задаче)

Шкала 0-1-2-3

10

Выступление команды (умение презентовать результаты своей работы, строить логичный, понятный и интересный рассказ для презентации результатов своей работы)

Шкала 0-1-2-3

Отраслевой член жюри оценивает решение по следующим критериям:

01

Релевантность поставленной задаче

Шкала 0-1-2-3

02

Удобство использования решения

Шкала 0-1-2

03

Визуализация
схемы работы
решения

Шкала 0-1-2

04

Применимость
решения в продакшн
(выгрузка таблиц,
графики, текст,
интеграция с 1с)

Шкала 0-1-2-3

05

Реализация дополнительных идей
(импровизация по созданию "киллер-
фичей" или дополнительная
проработка "боли" постановщика)

Шкала 0-1-2

6

Выступление команды (умение
презентовать результаты своей работы,
строить логичный, понятный и
интересный рассказ для презентации
результатов своей работы)

Шкала 0-1-2-3

цифровой
прорыв



сезон: III



Министерство
экономического развития
Российской Федерации

РОССИЯ –
СТРАНА
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

