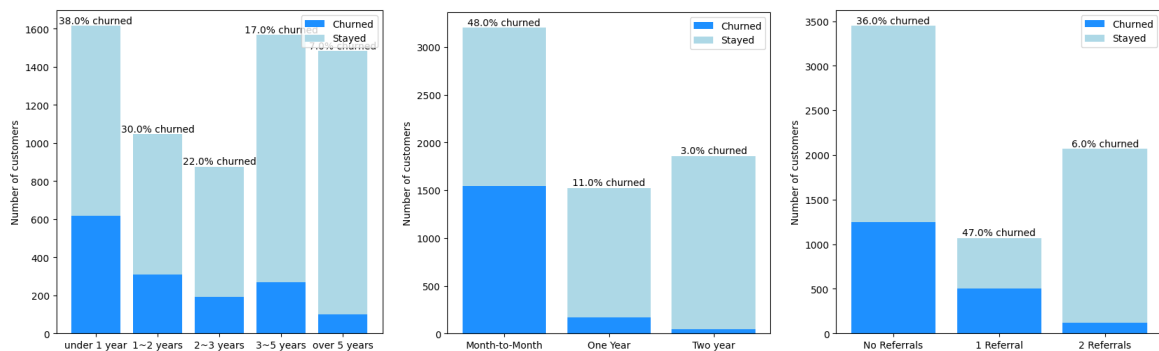


인사이트 도출 1

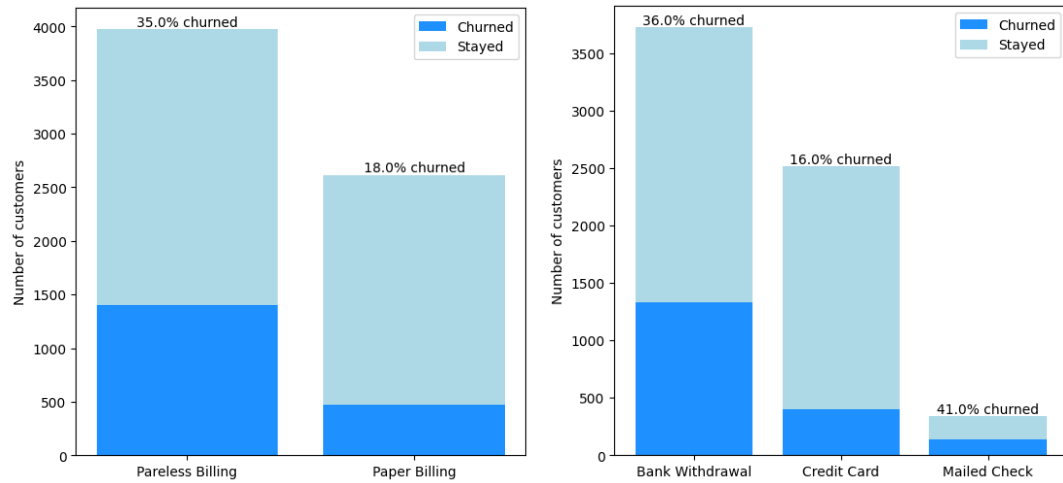
인구통계학적 데이터들 중 노년층의 이탈률이 높고 미혼과 부양가족이 없는 경우 이탈률이 높다는 것은 그동안의 마케팅이 가족 중심으로 이루어졌다는 것을 의미. 따라서 상대적으로 마케팅의 소외 대상이었던 노인, 1인 가구 등을 대상으로 타겟 마케팅을 통해 이들의 이탈을 방지하여 효과적으로 마케팅 비용을 줄일 수 있음을 제안



인사이트 도출 2

가입기간과 약정 기간 및 추천 횟수에 따른 이탈률 비교를 통해 장기간 남을수록 고객의 이탈률이 현저히 낮아진다는 것을 보이며, 고객에게 프로모션 등을 제공할 때 일회성이 아닌 장기간에 걸쳐 누적으로 제공하는 방안을 제시.

또한, 추천 횟수가 0회 36%보다 1회 47%로 이탈률이 오히려 더 상승하지만 2회 이상부터는 급격히 감소하는 것으로 보아 추천에 의한 혜택을 1회만으로도 강화하고 이 역시 위의 제안처럼 장기간에 걸쳐 제공하는 것을 추천



인사이트 도출 3

전자영수증 수령 여부와 지불 방식에 따른 이탈률을 보았을 때, 전자영수증을 실물 종이 영수증처럼 아날로그 느낌이 나도록 개선할 필요해보임
 계좌 인출로 요금을 지불하는 고객의 이탈률이 높으니 신규 가입 받을 시 신용 카드 지불 방식을 유도하여 이탈률 감소