

Documento di Sintesi Progetto HVC WINDTRE

Obiettivo: fornire a un agente AI un input strutturato, completo e sintetico per generare una presentazione professionale sul progetto High Value Customers (HVC) di WINDTRE.

1. Contesto e Scope

- **Azienda:** WINDTRE, operatore mobile, fisso, luce, gas e assicurazioni.
 - **Cluster focus:** clienti Mobile ad Alto Valore (HVC) e Super-HVC (S-HVC). Obiettivo: minimizzare churn, massimizzare Lifetime Value.
 - **Timeline analisi:** dati aggiornati a Giugno 2025.
-

2. Customer Base Mobile: Key Metrics

2.1 Dimensione e Valore Totale

- **Total SIM active:** 13.600.000
- **Avg Bill Size:** €11,77 per SIM/mese

2.2 Distribuzione per Cluster

Cluster	SIM Count	% Share	Fair Share
S+HVC	3.540.000	26,1%	25,0%
MVC	6.500.000	47,9%	50,0%
LVC	3.520.000	25,9%	25,0%

2.3 Bill Size Totale e Unitario

Cluster	Bill Totale (€M)	Bill Unitario (€)
S+HVC	73,3	20,7
MVC	77,4	11,9
LVC	8,8	2,5

2.4 Tassi di Churn Mensile

Cluster	Churn%	Media CB
S+HVC	1,35	0,98
MVC	1,25	0,98

Cluster	Churn%	Media CB
LVC	0,86	0,98
Totale	0,98	0,98

2.5 Segmentazione S-HVC

- **Stabili** (mantengono classe valore): 1.247.000 SIM (68,7%)
- **Non Stabili** (variazioni mese/mese): 568.000 SIM (31,3%)

KPI per S-HVC

Segmento	Volume_SIM	Valore (€M)	Churn%
S-HVC Stabili	1.247.000	30,6	0,85
S-HVC Non Stabili	568.000	10,9	1,85

3. Macro Obiettivi Strategici

1. **Fidelizzazione S-HVC Stabili**: ridurre churn da 12,7% a $\leq 8\%$ entro Dicembre 2025.
2. **Stabilizzazione S-HVC Non Stabili**: incrementare tasso di conversione a Stabili dal 79,7% a $\geq 85\%$.
3. **Up-Sell MVC & LVC**: aumentare ARPU MVC da €11,9 a $\geq €13,5$; convergenza da 21% a $\geq 27\%$.

4. Concept Club Esclusivo S-HVC Stabili

1. **Regole di Accesso/Uscita**
2. Ingresso: 3 mesi consecutivi in fascia S-HVC
3. Uscita: < 2 mesi consecutivi in fascia inferiore
4. **Tier**: Gold (16–25 €/m), Diamond (>25 €/m)
5. **Benefici Automatici**: caring (buon compleanno, anniversario), coupon partner a costo zero
6. **Customer Experience**:
7. Human: PDV e Care con priorità e tono custom
8. Digital: sezione dedicata App, campagne SMS personalizzate
9. **Benchmark**: Supreme (Telecom), Prime (Amazon), Genius (Booking)

5. Azioni e Leve Operative

- **Strutturali (Club)**: billing ricorrente, Easy Pay, offerte MdP
- **Esclusive (Club)**: VIP event, supporto dedicato
- **Per Non Stabili**: push tariffarie MDP, bundle PPU, device rateizzati
- **Sotto-Segmentazione**: ITA/ESTERO; smartphone in rateizzazione; credito residuo
- **Customer Journey**: Acquisizione (SMS), Retention (push App), Loyalty (eventi VIP)

6. Obiettivi Quantitativi & KPI

Metri ca	Current	Target
Campagne Outbound	10 / 8 executed	12
Campagne Inbound	8 / 6 executed	10
S-HVC Mix	26,1%	28,0%
Churn S-HVC	1,35%	1,10%
Δ Service Margin	+0€	+11,5M€
Membership Club	1,3M	1,5M
Engagement (NPS)	65% (45)	75% (≥50)
ROI	—	6,1×

File di Backup: `HVC_backup_data_complete.xlsx` con sheets organizzati per slide (1.1–5.5).