

Tujuan utama dari pembuatan Dashboard ini adalah untuk memberikan informasi visual secara komprehensif terhadap perusahaan telekomunikasi dalam mengevaluasi "Churn Rate" atau presentase pelanggan yang berhenti menggunakan layanan perusahaan. Dengan memusatkan semua data ke dalam satu Dashboard, perusahaan dapat mengidentifikasi area mana yang perlu dilakukan improvisasi dan menerapkan strategi berbasis data untuk mengurangi Churn Rate dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

1,869
Total Churn Customers

26.54%
Churn Rate

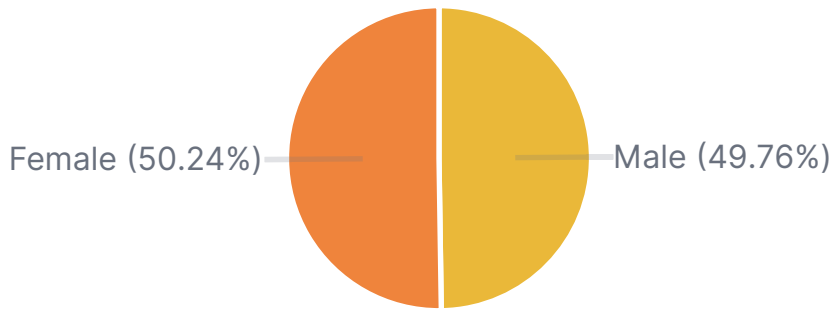
24.12%
% Churn - Phone Services

20.65%
% Churn - Internet Services

26.53%
% Churn - Streaming Services

Demographic Analysis:

CHURN CUSTOMERS BY GENDER



Having Partner

35%

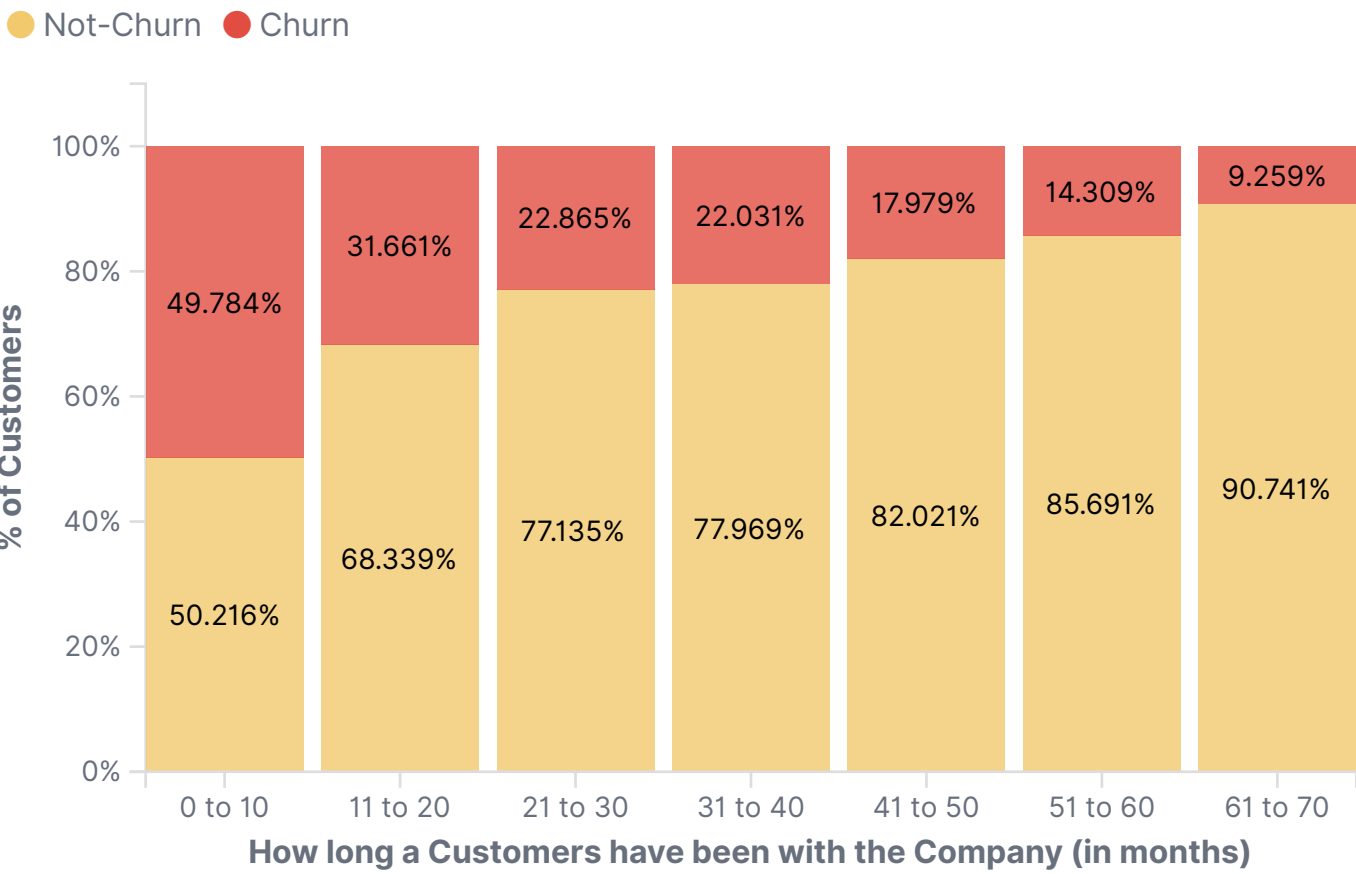
Having Dependents

17%

Senior Citizen

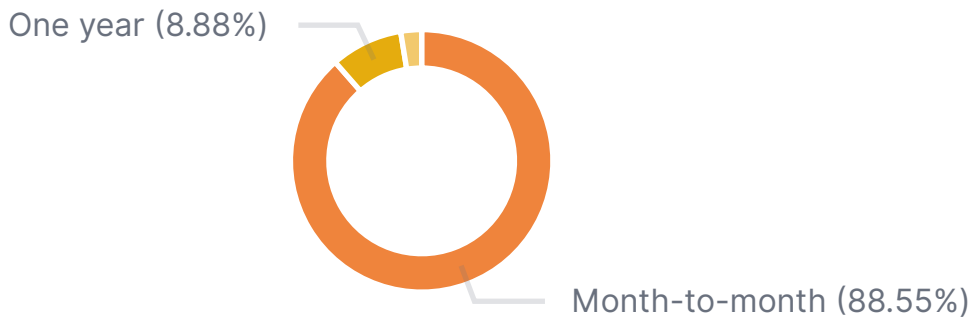
25%

CHURN EVALUATION BASED ON SUBSCRIPTION TENURE (TERM)



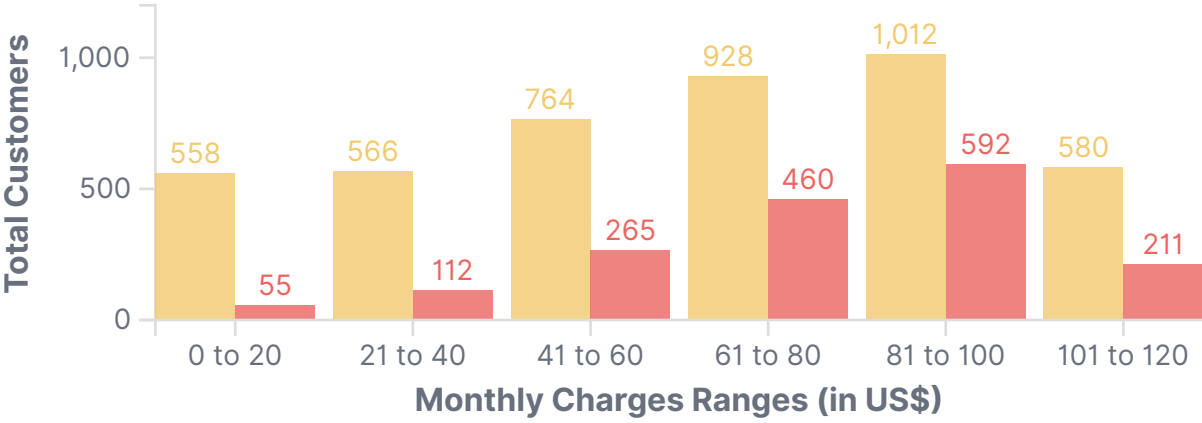
CHURN BY CONTRACT TYPE

Month-to-month One year Two year

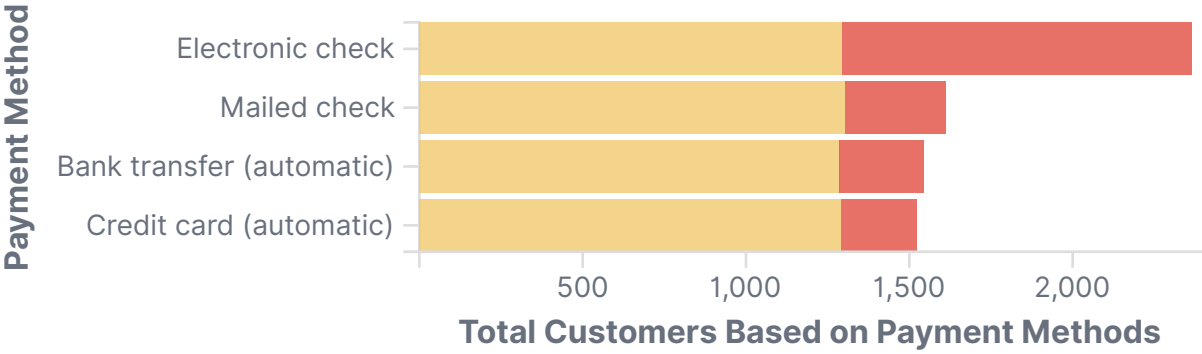


CHURN BASED ON MONTHLY BILL PAYMENTS

Not-Churn Churn



CHURN BASED ON PAYMENT METHODS

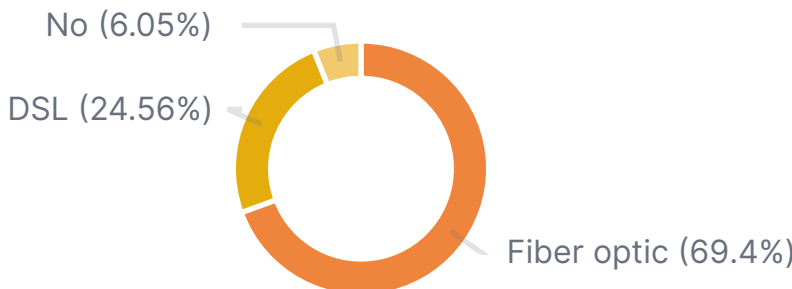


Service Quality Analysis

PHONE SERVICES CUSTOMER'S CHURN RATE



INTERNET SERVICES CUSTOMER'S CHURN RATE



STREAMING SERVICES CUSTOMER'S CHURN RATE



Kesimpulan: Analisis Customer Churn Dashboard

- Dari total 1869 pelanggan yang memutuskan berhenti menggunakan layanan perusahaan, sekitar 26% atau 485 pelanggan berasal dari subscriber layanan Streaming. Untuk 24% lainnya atau 448 pelanggan merupakan pelanggan phone services, dan sekitar 374 pelanggan adalah subscriber dari layanan internet, sedangkan sebagian besar lainnya merupakan pelanggan yang men-subscribe 2 atau lebih layanan perusahaan sekaligus.
- Data Demografis: Mayoritas pelanggan atau sekitar 75% pelanggan yang churn adalah pelanggan usia muda, sehingga dalam contoh kasus ini perusahaan dapat mengevaluasi kembali mengapa layanan yang ditawarkan saat ini tidak sesuai dengan preferensi pelanggan usia muda. Selain dari usia pelanggan, segmen pelanggan individual atau yang belum memiliki komitmen pernikahan atau single tanpa memiliki tanggungan tampaknya juga lebih rentan terhadap churn.
- Dinamika Jenis Pelanggan: Tingkat Churn Rate yang sangat tinggi di antara pelanggan kontrak bulanan dan juga pada data tagihan bulanan yang tinggi berkorelasi dengan tingkat churn yang lebih tinggi, ada kecenderungan harga yang ditawarkan saat ini kurang kompetitif, khususnya pada rate harga yang terkait dengan kontrak bulanan. Terkait metode pembayaran, tingginya churn di kalangan pengguna cek elektronik mungkin juga menunjukkan adanya potensi masalah dengan transaksi elektronik.
- Layanan (Subscription): Terkait layanan internet, hampir 70% pelanggan yang churn adalah pengguna layanan Fiber Optic. Untuk layanan streaming dan phone services, ketidakpuasan pelanggan juga terlihat jika dievaluasi dari tingginya churn rate masing-masing layanan. Ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian ekspektasi pelanggan antara kualitas layanan dan harga yang ditawarkan, sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kembali layanan-layanan yang lebih mengutamakan kepuasan pelanggan.