

AI CRM Retention Agents Demo

以參個 AI Agents 幫助 CRM 團隊分析客戶流失風險、推論原因，並設計挽留方案與溝通內容。

1. 客戶總覽與流失風險

客戶基本資料

customerID	6198-RTPMF
gender	Female
SeniorCitizen	0
Partner	Yes
Dependents	No
tenure	17
PhoneService	Yes
MultipleLines	Yes
InternetService	Fiber optic
Contract	Month-to-month
MonthlyCharges	92.6
TotalCharges	1579.7
PaymentMethod	Electronic check

預測流失機率 (0.625)

中風險

風險等級說明 (本 Demo 設計)

在這個 Demo 中，我們將 churn model 預測的流失機率粗略切成三個等級：

- 高風險：預測流失機率 ≥ 0.7
- 中風險： $0.4 \leq \text{預測流失機率} < 0.7$
- 低風險：預測流失機率 < 0.4

實際上可以依照公司的容忍度與資源分配，重新調整這些 threshold，例如對高價值客戶設定更嚴格的門檻，或是依照不同方案做 A/B test 調整。

Data Analyst Agent：流失風險評估

- 流失風險評估：中高風險。此客戶流失機率達 0.625，屬於偏高，顯示有明顯流失警訊。

查看完整分析內容 (包含指標與建議)

- 流失風險評估：中高風險。此客戶流失機率達 0.625，屬於偏高，顯示有明顯流失警訊。
- 請顧指標與觀察：
 - 合約型態 (Month-to-month)：無長期合約限制，容易流失。
 - 月租費用偏高 (92.6 美元)：費用負擔較重，可能導致考慮換方案或跳槽對手服務。
 - 使用光纖網路 (Fiber optic)：服務較快但價格較高，若品質問題或促銷活動，客戶易受吸引離開。
 - 服務年資 (tenure=17 個月)：客戶已使用一段時間，若仍未積極轉約或升級方案，留存意願較低。
 - 支付方式為電子支票 (Electronic check)：相對較高風險支付方式，可能反映客戶對合約绑定感較低。
- 建議：請持續關注此客戶是否出現降級、詢問降價或更換合約的行為，並主動提供適合其需求的優惠方案或長期合約方案，提升客戶黏著度與滿意度，降低流失可能。

2. Churn Reasoning Agent：流失原因推論

主要流失原因總結

- 主要流失原因總結 此客戶因為採用彈性的月租型合約、月費較高且使用高價的光纖網路，對價格相對敏感，加上付款方式為電子支票，流失意願偏高，缺乏長期綁約的約束力，容易被其他競爭方案吸引離開。

查看詳細流失原因說明 (包含關鍵因素與影響)

【流失原因說明】

- 主要流失原因總結
此客戶因為採用彈性的月租型合約、月費較高且使用高價的光纖網路，對價格相對敏感，加上付款方式為電子支票，流失意願偏高，缺乏長期綁約的約束力，容易被其他競爭方案吸引離開。
- 關鍵風險因素
 - 合約型態 (Month-to-month)：沒有長期合約束縛，隨時可以停止服務，離開門檻低。
 - 月租費用偏高 (92.6 美元)：高費用增加續約障礙，容易成為節省成本的目標。
 - 使用光纖網路服務：雖然速率快，但價格也高，若服務品質波動或競爭對手有促銷，客戶流失風險提高。
 - 服務年資中等 (17 個月)：使用時間尚未建立足夠習慣或品牌忠誠度，對價格或方案變化敏感。
 - 付款方式為電子支票：相較於信用卡等綁約付款方式，電子支票代表客戶對合約承諾較鬆散，流失可能性較大。
- 流失對公司的影響
若此客戶流失，會造成公司收入損失，尤其是因月費較高而屬於中高價值客戶，且這類客戶的流失可能影響品牌口碑，增加爭取新客戶的成本與客服壓力。

3. Campaign Designer Agent：挽留方案設計

客戶價值分群

高價值

客戶價值分群說明 (本 Demo 設計)

在這個 Demo 中，我們先用月租金額 MonthlyCharges 粗略區分客戶價值等級：

- 高價值客戶：MonthlyCharges ≥ 80
- 中價值客戶： $40 \leq \text{MonthlyCharges} < 80$
- 低價值客戶： $\text{MonthlyCharges} < 40$

實際上可以進一步改進使用「客戶終身價值 (CLV)」、「過去 12 個月營收」、「交叉銷售潛力」等更完整的指標來做分群。

挽留方案設計概述

挽留方案設計思考邏輯 針對高價值且採用月租型合約的客戶，需提供具吸引力的中長期優惠及綁約誘因，以降低流失意願，但同時避免過度折讓以保護獲利空間。

查看完整挽留方案內容 (各方案細節與成本考量)

- 挽留方案設計思考邏輯
針對高價值且採用月租型合約的客戶，需提供具吸引力的中長期優惠及綁約誘因，以降低流失意願，但同時避免過度折讓以保護獲利空間。
- 挽留方案
 - 方案一：中長期綁約月費折扣方案
方案內容：鼓勵客戶轉為 12 個月合約，享有每月 10% 折扣（月租約減至約 83.3 美元），並贈送 6 個月內免費自動備份雲端空間服務。
適合理由：由於客戶目前是月租型且對價格敏感，轉為有綁約的方案能提高留存率，同時 10% 折扣對高價值月租有一定吸引力，附加服務提升感知價值。
成本與風險：折扣幅度控制在合理範圍，贈送雲端服務成本低且能提升用戶黏著度，長期合約降低客戶隨時退出風險。
 - 方案二：動態優惠升級方案
方案內容：提供 3 個月階段性優惠，首月 85 折，次月 88 折，第三月 90 折，期間若續約可享有升級光纖網路速度 20% 提升（且無額外費用）。
適合理由：短期折扣配合速度升級，可滿足客戶彈性需求與價格敏感度，快速降低流失意願，同時利用升級服務提升產品差異性。
成本與風險：短期折扣降低即期收入，但可快速挽留，加上升速成本相對有限，需監控是否誘導長期訂閱意願。
- 執行建議
業務及行銷同仁應清楚說明優惠限制及綁約條件，避免造成誤解或過度承諾；同時持續追蹤使用頻率與滿意度，評估方案成效，適時調整策略以鞏固客戶忠誠度。

Communication Agent：對客戶的溝通內容

溝通內容摘要

以下是完整 Email / 簡訊 / 電話話術內容。

[查看完整 Email / 簡訊 / 電話話術內容](#)

一、Email 內容

主旨：專屬您的中長期優惠方案，期待為您帶來更優質體驗

親愛的客戶您好，

感謝您長期以來使用我們的服務，經過我們的了解與評估，想與您分享兩項特別設計的優惠方案，期望讓您享有更好的使用體驗與優惠價格。

方案一：是轉為12個月合約，即可享有每月10%折扣，月租費用將調整為約\$3.3美元，並額外贈送前6個月免費自動備份雲端空間服務，提供您更安心的資料保障。

方案二是6個月的階段性優惠，首月85折，第二月88折，第三月90折，並可免費享有光纖網路速度提升20%的升級服務，讓您的上網體驗更流暢。

若您有興趣了解詳細方案內容，歡迎登入您的會員帳號或直接點選下方連結洽詢客服，我們將竭誠協助您找到最合適的方案。

[點此登入及洽詢服務]

謝謝您的支持與信任，我們期待持續為您提供優質的服務。

敬祝

順心如意

客服團隊 敬上

二、簡訊內容 (SMS)

您好，我們為您準備專屬中長期優惠方案，含月租折扣與速度升級，歡迎登入帳號或洽客服了解詳情，期待為您服務！

三、客服電話話術

您好，請問是6198-RTPMF女士嗎？我是XX電信的客服人員，感謝您一直以來支持我們的服務。今天聯絡您是想分享兩個我們特別為您設計的優惠方案，一個是12個月合約享有10%折扣與免費雲端備份，另一個是短期優惠加速網路升級。請問您覺得哪個方案比較符合您的需求呢？我們很樂意為您詳細說明，協助您選擇最適合的方案。