**1. Тренды отрасли**:

* Экспертная продажа
* Скорость обслуживания
* Персонализированный сервис
* Гибридный сервис
* Внедрение в сервис видеоконтента
* Самообслуживание
* Омниканальность
* Гибкость графика работы
* Сбор данных о клиентах
* Автоматизация

Цель: путем внедрения трендовых технологий сформировать положительный клиентский опыт, повысить привлекательность компании в глазах потребителя, обеспечив тем самым продвижение и дополнительное развитие бренда, что в последствие послужит повышению прибыли компании.

1.1 Экспертная поддержка

Продавцы кроме своей непосредственной деятельности являются еще и экспертами в области - дают полезные экспертные советы.

1.2. Скорость обслуживания

Внедрение автоматизации таких процессов как:

* информирование и поддержка;
* оформление заказов
* доставка.

Инструменты: боты, голосовые помощники, автоответчики, IVR-меню

1.3. Персонализированный сервис

Обращение к покупателю по имени, наличие сведений о его предпочтениях, напоминания о важных действиях, специальные предложения к персональным праздничным датам клиента.

1.4. Гибридный сервис

Обеспечение удобного и ненавязчивого перехода между автоматизированными инструментами поддержки и оператором-консультантом

1.5. Внедрение в сервис видеоконтента

Предоставление клиенту информации о новых продуктах и иных выгодных предложениях компании в видеоформате

1.6. Самообслуживание

Интерактивизирование процесса коммуникации - заказ должен быть простым и содержать самостоятельные шаги. Это повышает значимость совершенных действий.

1.7. Омниканальность

Внедрение инструментов, которые позволяют соединить все каналы коммуникации с потребителем услуг на одной платформе.

1.8. Гибкость графика работы

Внедрение автоматизированных инструментов поддержки потребителя в круглосуточном режиме.

1.9. Сбор данных о клиентах

Собранная информация — бесценный источник подсказок для развития бизнеса. Индивидуальный целевой подход к потребителю положительно влияет на клиентский опыт.

1.10. Автоматизация

Автоматизация снижает риск ошибок, позволяет собирать точную статистику, данные для анализа, точечно выявлять проблемные места.

Все основные тенденции в клиентском опыте связаны с внедрением в бизнес новых технологий с курсом на клиентоориентированность. Компании делают упор на самообслуживание с использованием систем ИИ, не забывая о балансе касающегося сохранения живого контакта для решения наиболее сложных проблем.

**2. Анализ конкурентов:**

**2.1.Зарубежный рынок:**

2.1.1 Verizon

- внедрила услуги 5G для своих абонентов

- беспроводные решения

- ежегодная прибыль в размере более 9,6 миллиардов долларов США



2.1.2 АТ&Т

- широкополосный доступ в Интернет и услуги мобильной связи

- годовую прибыль в размере более 13,35 миллиардов долларов США



2.1.3 Orange

- самая оперативная компания 4G

- услуги широкополосного/мобильного Интернета и услуги мобильной связи

- годовым доходом более 13,49 миллиардов долларов США



2.1.4. Deutsche Telekom

- широкополосный доступ в Интернет, мобильное телевидение

- средняя прибыль в размере 2,9 миллиарда долларов США.



2.1.5 Vodafone

- мобильный Интернет, услуги мобильной связи (предоплаченные и ежемесячные подписки) и услуги управления базами данных

- средняя годовая прибыль в размере 10,86 миллиарда долларов США

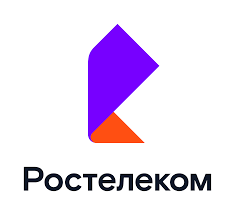


**2.2.Российский рынок**

**2.2.1.** Ростелеком

- Компания является одним из крупнейших интегрированных провайдеров цифровых услуг и решений в России

- средний годовой доход составляет 625 миллиардов рублей

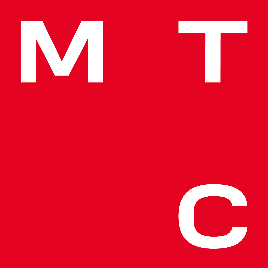


**2.2.2.** МТС

- активно развивает собственную цифровую экосистему

- ориентирована на формирование продуктовой экосистемы с бесшовным переходом между сервисами на базе телеком-бизнеса

- средний годовой доход составляет600 миллиардов рублей

ё

**2.2.3.** Мегафон

- развивает интернет вещей

- единая подписка на несколько онлайн-кинотеатра

- «Мегафон» развернул геотехнический мониторинг в Арктике в формате сети NB-IoT по наблюдению за вечной мерзлотой

- средний годовой доход составляет450 миллиардов рублей



**3.Объем рынка телеком индустрии РФ по методологии: TAM/SAM/SOM**

Какой максимальный и возможный рынок реализации для решения? Каким будет финансовый эффект от внедрения решения в продукты компании, как можно его оценить?

\*Здесь важно дать методологию оценки рынка и попасть в порядок цифр

**3.1. TAM**

По последним прогнозам и аналитическим оценкам, ТАМ для телекоммуникационной отрасли в России в 2024 году составит около 2 триллионов рублей. Этот показатель может варьироваться в зависимости от различных экономических, политических и технологических факторов.

Телекоммуникационный рынок России разделен на:

1. Мобильная связь (25 %)
2. Мобильный интернет (20 %)
3. Фиксированный интернет (14 %)
4. Фиксированная телесвязь (7 %)
5. Телерадиовещание (6 %)
6. Спутниковая связь (1 %)
7. Другие услуги (27 %)

**3.2. SAM**

**Будем ориентироваться на успехи компании в реализации услуг мобильной связи и интернета, фиксированных интернета и телесвязи. Тогда показатель SAM для нашего кейса будет составлять 1320 миллиардов рублей.**

**3.3. SOM**

**Выдвинем предположение о успешном переходе 10 % аудитории конкурентов на услуги нашей телеком-компании после успешного внедрения всех технологий, тогда показатель SOM для нашего кейса составит 132 миллиарда рублей.**

**4. Работа с данными**

4.1 Использование методов ML

- Предсказание потребностей потребления услуг компании

- расчёт конкурентной цены на услуги компании

- оптимизации точек и оборудования для распространения услуг связи и интернета

- Управление качеством услуг

- Облуживание клиента

4.2 Необходимые данные (клиент самостоятельно предоставляет данные по предлагаемым ему формам)

* ID покупателя
* Возраст покупателя
* Дата, время совершения покупки
* Город
* Количество приобретенных продуктов

Дополнительно:

- экономические данные

- географические

- данные о популяции

Официальные данные, статистические данные компании

**4.3**

Для решения поставленных задач по повышению качества клиентского опыта и повышению прибыли предстоит решить задачи

- Регрессии

- Классификации

- Кластеризации

- Обработки текстовых данных

**4.3.1 Регрессия**

**Использовать можно самые примитивные методы, например, линейной регрессии в целях первичной оценки работы модели и принятия решения об усложнении модели либо работы с текущим методом.**

**4.3.2. Классификация**

**Аналогичным образом берем то, что наилучшим образом зарекомендовало себя в данной сфере: в нашем случае методы Бэггинга (случайный лес) или Бустинга (Градиентный бустинг и его вариации)**

**4.3.3.** Кластеризация

Используем популярный метод k-means, в большей части случаев его должно быть достаточно

4.4.4. Обработки текстовых данных

Для обработки текстовых данных традиционно наилучшим образом подходят рекуррентные нейронные сети, LSTM.

**5. Выводы**

**5.1. В рамках проведенного анализа рынка удалось получить актуальную информацию:**

**- об основных трендах в развитии международного и российского рынка телекома.**

**- об основных лидерах в сфере телекоммуникационного бизнеса РФ**

**- Оценен объем рынка телекома РФ**

**5.2. Предложение бизесу:**

Путем внедрения трендовых технологий сформировать положительный клиентский опыт, повысить привлекательность компании в глазах потребителя, обеспечив тем самым продвижение и дополнительное развитие бренда, что в последствие послужит повышению прибыли компании.