

Задачі для учасників Vodafone Big Data Lab

№ 1. Новые отделения

Исходные данные:

- карта существующих отделений (ukrposhta.ua/maprmy.php)
- ореол планируемого расположения нового отделения

Задача:

Проанализировать предлагаемые локации с точки зрения трафика и соц-дем характеристик потенциальных клиентов и подтвердить или опровергнуть гипотезу о необходимости расположения отделений в предлагаемых местах. И в случае, если выбранная локация не подходит, показать более выгодное расположение отделений на карте населенного пункта.

№ 2. Отделения к закрытию

Исходные данные:

- карта существующих отделений (ukrposhta.ua/maprmy.php)
- список отделений, планируемых к закрытию
- обоснование причин закрытия

Задача:

Проблема низких показателей работы отделения может быть как в неудачном расположении, так и в низкой квалификации сотрудников. Необходимо проверить гипотезу о необходимости закрытия, проанализировав трафик и соц-дем характеристики потенциальных клиентов по представленным адресам.

№ 3. Режимы работы

Исходные данные:

- список отделений с существующими режимами работы

Задача:

В настоящее время идет глобальная замена режимов работы отделений «Укрпочты» - отменяются обеды и удлиняются часы работы. Это бесспорно, позволяет компании становится максимально клиентоориентированной, но при этом требует серьезных операционных действий и финансовых затрат.

Необходимо проверить корректность новых режимов работы, сопоставив их с дневным* клиентским трафиком по конкретным адресам отделений.

* Выделяем три временных блока:

утро 08:00, 09:00, 10:00

день 12:00, 13:00, 14:00

вечер 18:00, 19:00, 20:00

№ 4. Портрет клиента



Исходные данные:

- карта существующих отделений (ukrposhta.ua/maprmy.php)
- база телефонных номеров клиентов (отправка и получение отправлений)

Задача:

1. используя геолокационные данные, составить портрет клиента Укрпочты, включающий в себя следующие характеристики:
 - соц-дем
 - факт / частота покупок в интернет-магазинах (украинских и международных)
 - уровень дохода
 - наличие автомобиля
 - пользование банковскими продуктами (картами)
2. Составить портрет клиента с теми же характеристиками по БД телефонных номеров
3. Сопоставить пп. 1 и 2, чтобы определить:
 - сколько потенциальных клиентов и на какие услуги мы можем получить