

summary model solution



Churn memang tinggi di divisi SME

- 9,7% di 14606 pelanggan



Predictive model mampu memprediksi churn namun pendorong utamanya bukanlah customer price sensitivity

- Yearly consumption, forecasted consumption and net margin merupakan 3 faktor pendorong terbesar



Strategi diskon 20% efektif tetapi hanya jika ditargetkan dengan tepat

- Menawarkan diskon hanya kepada pelanggan bernilai tinggi dengan kemungkinan churn yang tinggi