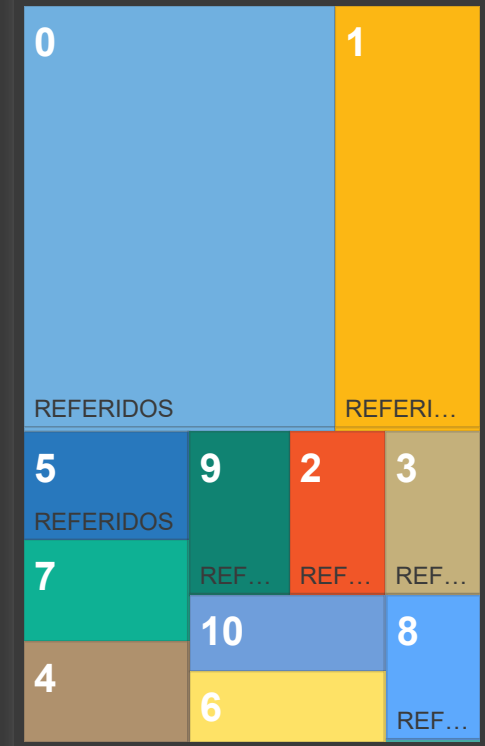




1

Nº de referidos de nuestros mejores clientes.

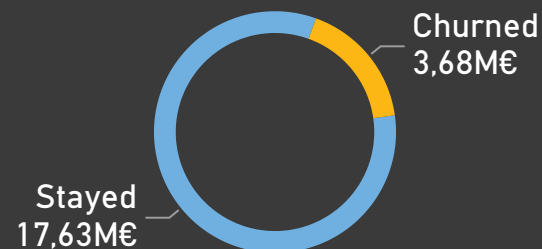


Análisis BI | Abandono de clientes en Maven Telecom.

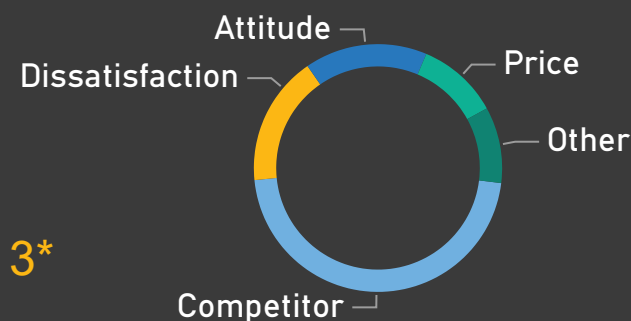
Maven Telecom es una compañía que presta servicios de telefonía e Internet a **7043** clientes en California, sin embargo en los últimos meses se ha visto afectada por el abandono por parte de **1869** de ellos, lo cual nos sitúa en un **Churn Rate de 27%**, esto es significativo.

Pensando en la retención del cliente, vamos a hacer un análisis para extraer esa información de los datos, que nos ayudarán a detectar las causas y qué podemos hacer para conservar su lealtad, además de valorar cuales son los clientes de **alto valor** para la compañía y cómo podemos retenerlos.

2* Total revenue: 21.386.852€



Principales causas de Churn

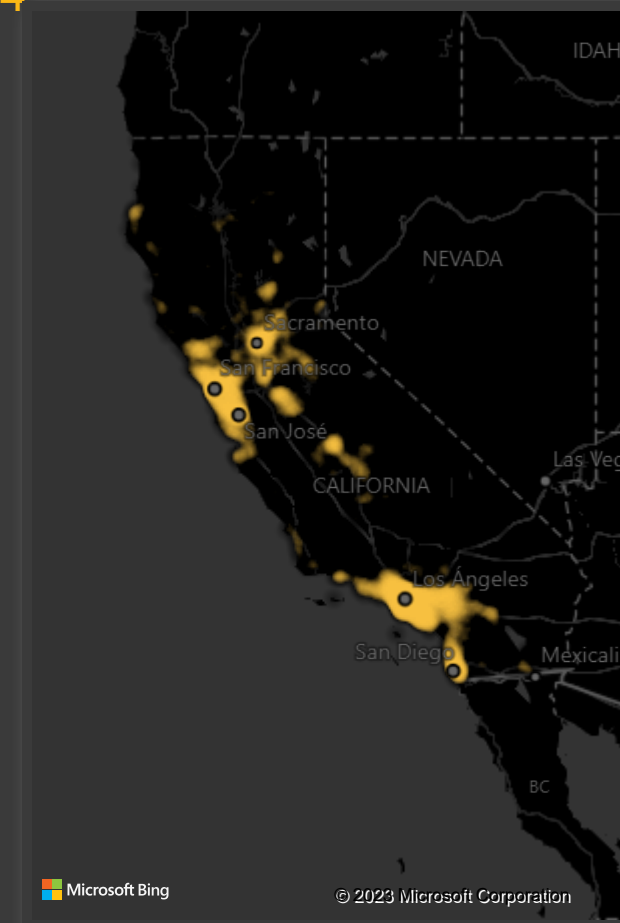


3*

Key Insights

- 1) La mayoría de nuestros clientes y ex-clientes, no recomiendan Maven Telecom a otras personas.
- 2) Las personas que abandonaron Maven representaban el **17% de el revenue Total**.
- 3) Los clientes se preocupan menos por el precio pero mas por otras cuestiones cómo **mejores ofertas de la competencia** y **actitud nuestro personal hacia ellos**.
- 4) La zona sur y centro de California es donde se concentra la mayor cantidad de abandono de clientes.

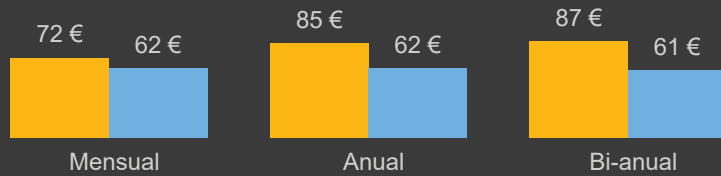
4*



Análisis de las ofertas que ofrecemos y algunas explicaciones de abandono del cliente

El promedio de pago mensual de los ex-clientes era más alto.

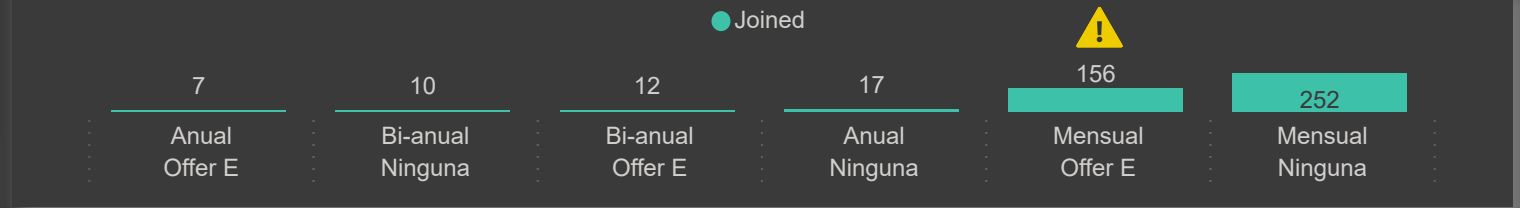
● Churned ● Stayed



Es menos probable que abandonen la compañía si hacen sus pagos automáticamente.

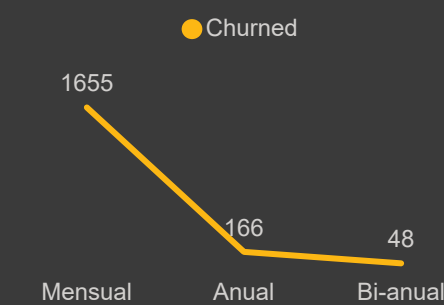
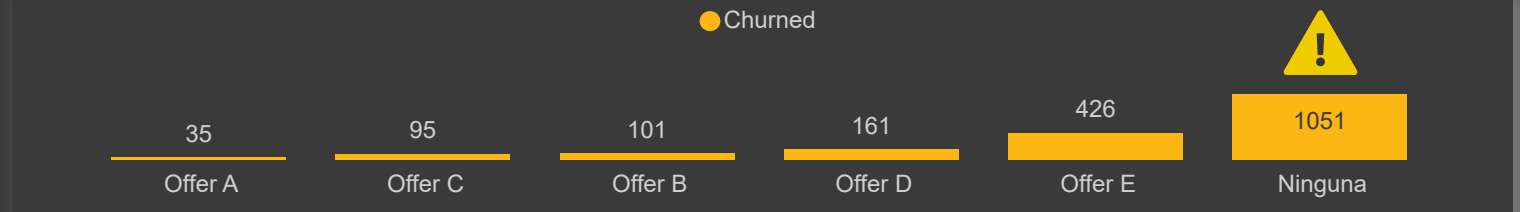
Promedio de tiempo que permanecieron con nosotros según su método de pago.

● Mailed Check
● Credit Card
● Bank Withdrawal

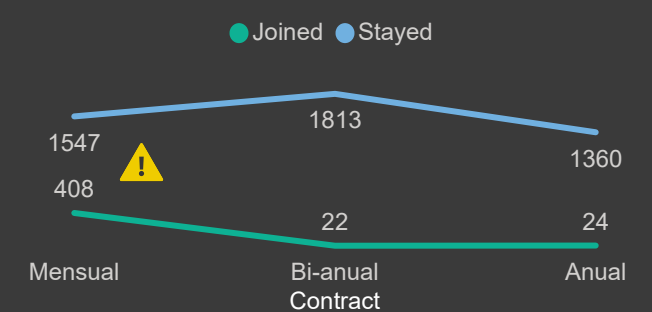


Al parecer **la oferta E no esta funcionando bien**, ya que una buena parte de los que abandonaron la compañía les habia sido aplicada. Según vemos, es una oferta que se esta aplicando a clientes nuevos y no están respondiendo bien a ella.

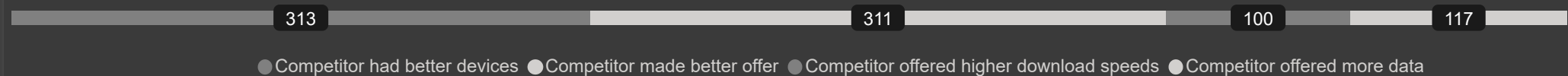
Por otra parte el 56% de clientes que abandonaron Maven **no tenían ninguna**



La mayoría de clientes que abandonaron tenían contratos mensuales al igual que una buena parte de nuestros clientes actuales y nuevos.



841 Clientes abandonaron Maven porque otras compañías **ofrecieron mejoras del servicio**, destacando mejores dispositivos y mejores ofertas, sin dejar de lado la velocidad de descarga y los datos ilimitados

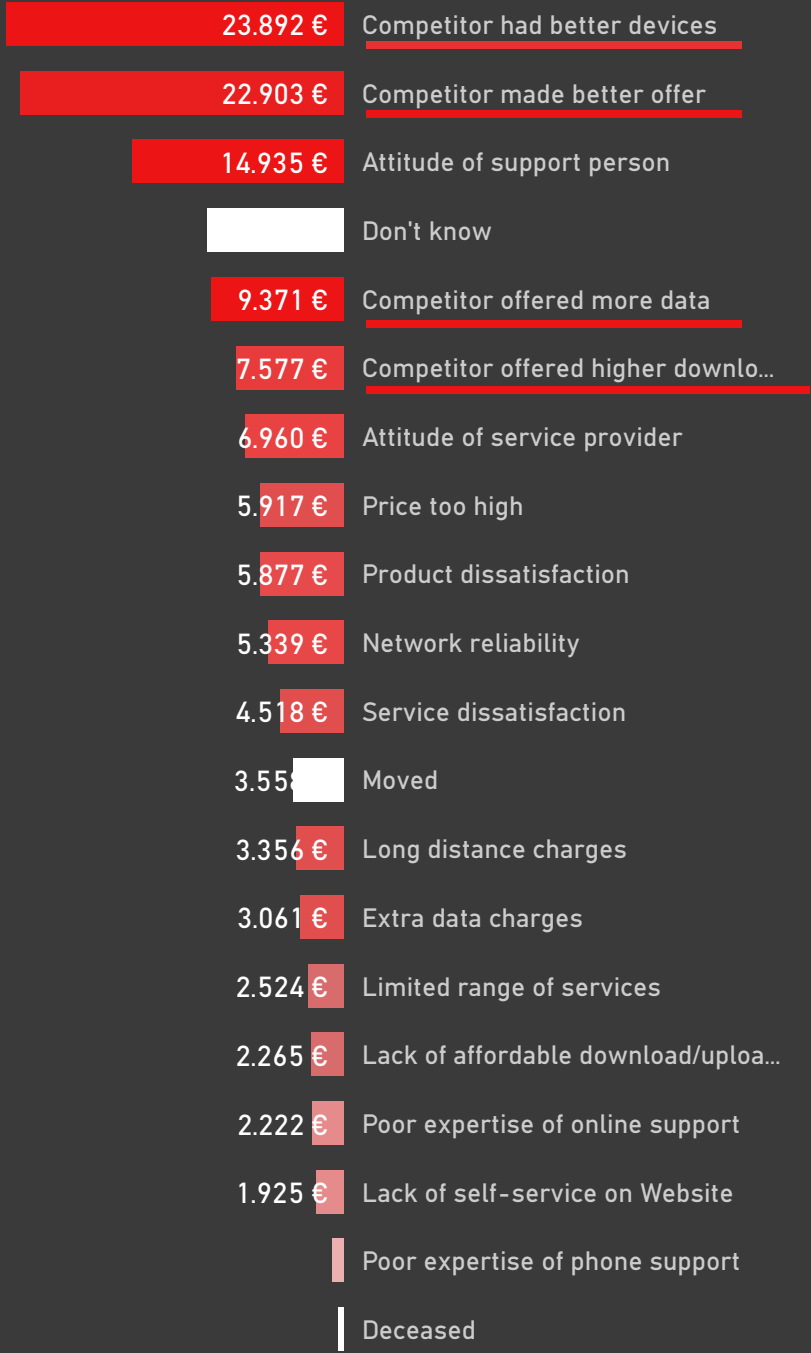


Las barras de color tienen en cuenta los clientes de alto valor a largo plazo, el gradiente y la cantidad reflejan el potencial ingresos mensuales que estamos perdiendo basados en las razones de abandono.

Cientes de alto valor.

Para considerar un cliente de alto valor las compañías toman como referencia ciertas características, en este caso especifico utilizamos tres:

- 1. La suma del revenue total (KPI: Lifetime revenue), que son los ingresos generados por estos clientes durante su suscripción.
- 2. La suma de los meses de suscripción (Tenure) a nuestros servicios en comparación con las razones para abandonar.
- 3. Referidos. Es importante también agregar el numero de referidos que cada usuario trae a Maven. En nuestro caso, los usuarios no suelen recomendar el servicio.
- 4. De las 5 razones principales de abandono 4 de ellas tienen que ver con el "competidor"



Recomendaciones.

Según nuestro análisis le sugerimos a Maven Telecom el siguiente plan de acción:

- 1. Investigar dispositivos y ofertas de nuestros competidores para ofrecer a los clientes para expandir y mejorar nuestra oferta .
- 2. Diseñar mejores ofertas que incluyan una suscripción a servicio técnico premium ofreciendo por ejemplo, periodos de prueba gratuitos y servicio de protección de dispositivos.
- 3. Una potencial razón de perdida de ingresos es en relación a la cantidad de datos y la calidad del servicio. Debemos revisar la mejora de la velocidad de fibra y posibilidad de ofrecer datos ilimitados
- 4. Los clientes con fibra, servicio técnico premium y múltiples líneas tienden a quedarse mas tiempo.
- 5. La gran mayoría de ex-clientes tenían contratos mensuales al igual que buena parte de los actuales Es importante encontrar estrategias para crear relaciones a largo plazo. Las ofertas que ofrecemos no están teniendo el efecto deseado.
- 6. El escenario ideal para fidelizar a los clientes es vender contratos de 1 o 2 años, con cobros automáticos, datos ilimitados, servicio técnico premium y un precio competitivo con el mercado.

Limitaciones de este Análisis.

El alcance de este estudio es limitado a recomendar cambios según los datos actuales, hay costos asociados a ofrecer servicios más personalizados de protección de dispositivos u otras ofertas que ofrece Maven, no tenemos conocimiento de la capacidad financiera ni la viabilidad económica de dichas recomendaciones.