



KT 해지시그널 Project

YoungMin Kim
Dept. Applied Statistics
Dankook University

Contents

- ① Project Overview
- ② Service Flow
- ③ Modeling detail
- ④ Expectation Effectiveness

1. Project Overview

방통위, 7월부터 유선결합상품 '원스톱 사업자전환 서비스' 시행

타 유선서비스 이용시 별도 해지 절차 없어

**인터넷·유료방송
가입과 해지를 한번에!**

결합상품 원스톱 전환서비스

이제 이동할 사업자에게 가입 신청하실 때
기존 서비스의 해지도 한번에 처리하실 수 있습니다.



1 원스톱 전환 서비스가 무엇인가요?

신규 통신사 가입 시 기존 통신사 서비스 해지를 한번에 처리할 수 있는 간편한 제도입니다.



- 신청 가능 통신사 : KT, LGU+, SKB, SKT, KT SkyLife
- 신청 가능 서비스 : 초고속인터넷, 초고속인터넷과 유료방송(IPTV, 위성방송) 결합 서비스

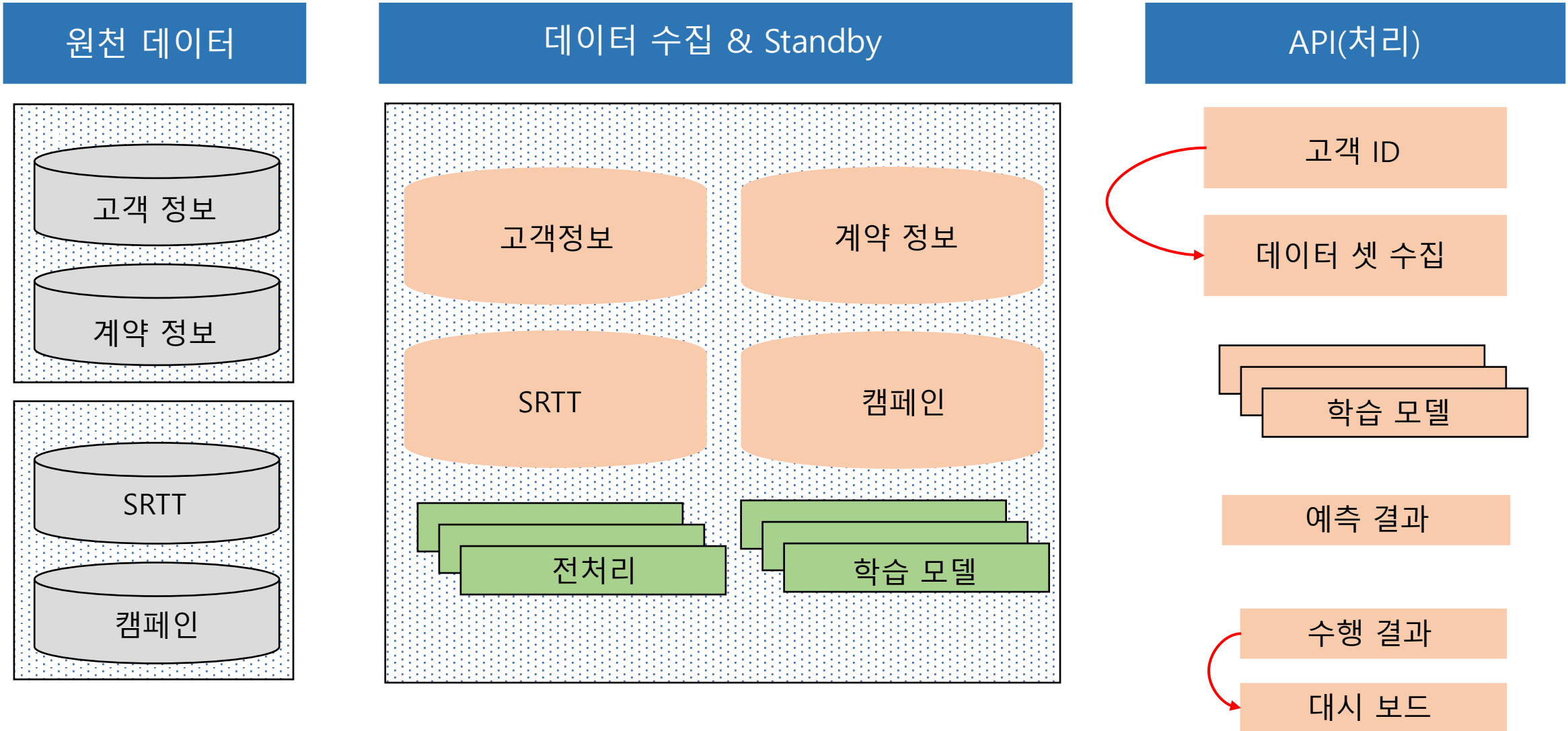
- 2020년 7월 인터넷 등 유선결합상품을 이용하던 소비자가 타 통신사로 이동할 경우 별도의 해지 절차 없이 바로 유선서비스를 이용할 수 있게 됨.

- 유선상품이란 초고속인터넷, IPTV, 위성방송 등을 말하며 유선결합상품도 이동전화와 같이 이동할 사업자에게 신청만하면 기존 서비스의 해지까지 한번에 처리되도록 사업자 전환절차를 개선해 시행됨.

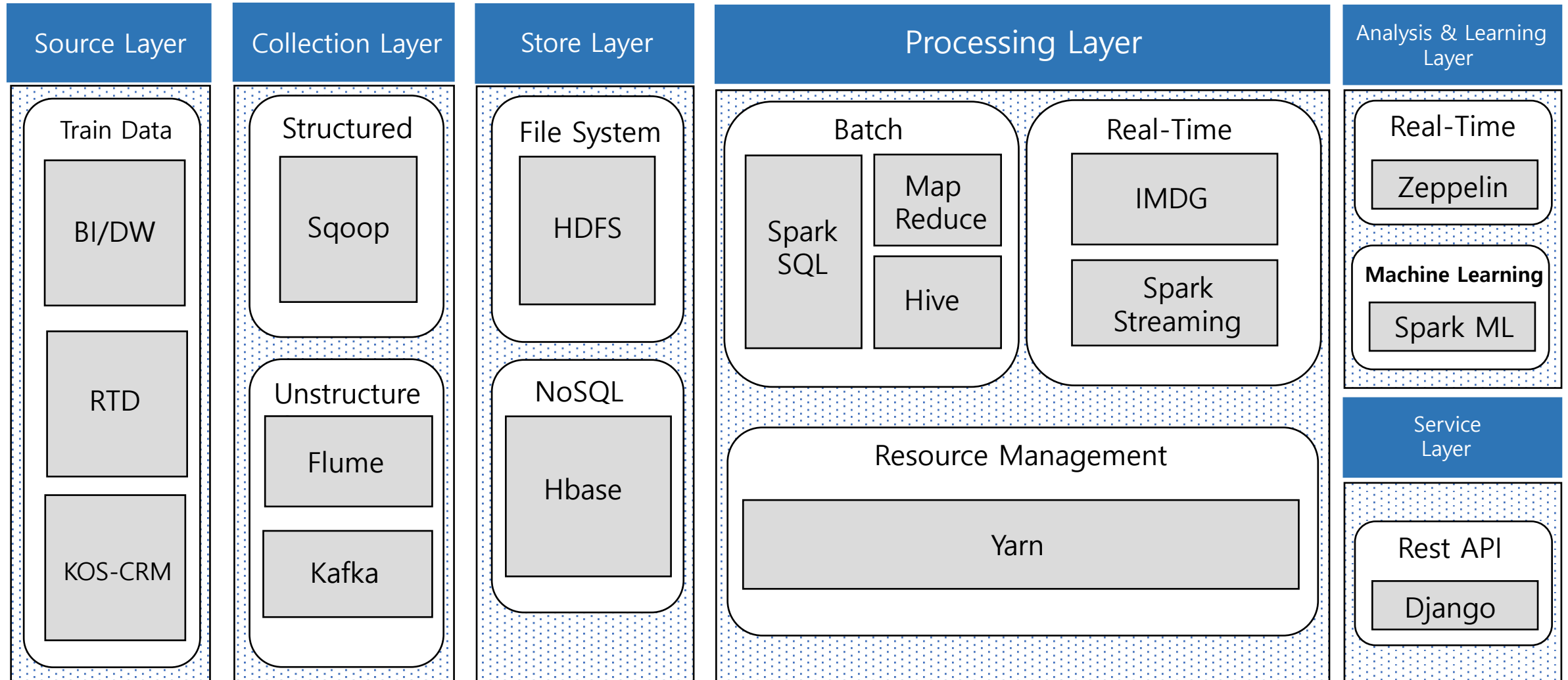
1. Project Overview

프로젝트 명	해지 시그널 케어 시스템 구축
개요	‘20.07.01 ~ 시행되는 해지 간소화법에 따른 유선(인터넷) 상품 선제적 해지 방어 위한 시스템 구축 ’
주요 서비스	고객이 보유한 상품 중 해지 시그널(징후) 정보가 있는 경우 해지 시그널 정보 제 Project Overview 공 해지 징후 여부, 해지 유형 정보
사업 부서	Kt 영업본부 통합리텐션 담당 리텐션운영 2 팀
서비스 유형	개발 : 최소한의 해지 시그널 서비스 제공(상담원 URL)

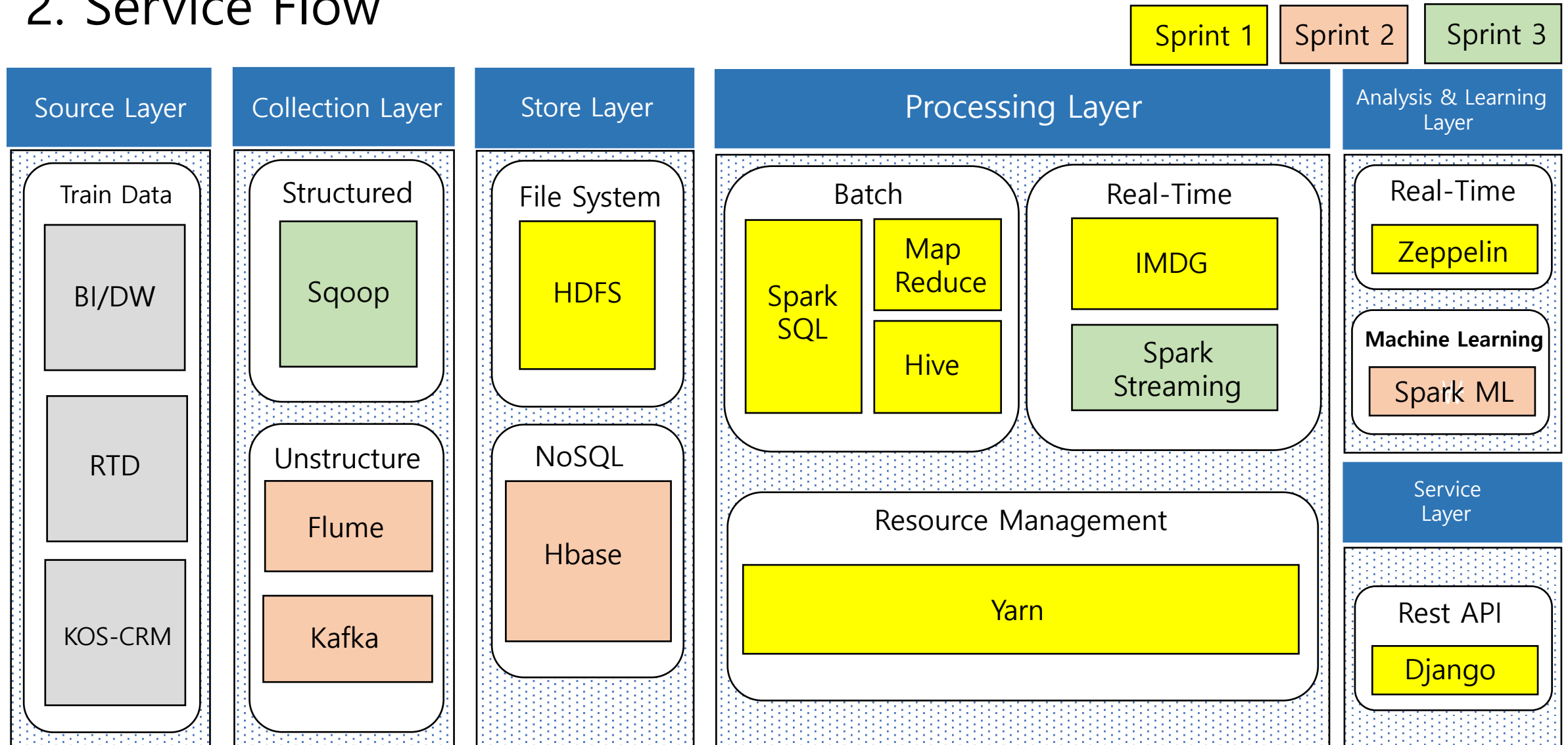
2. Service Flow



2. Service Flow

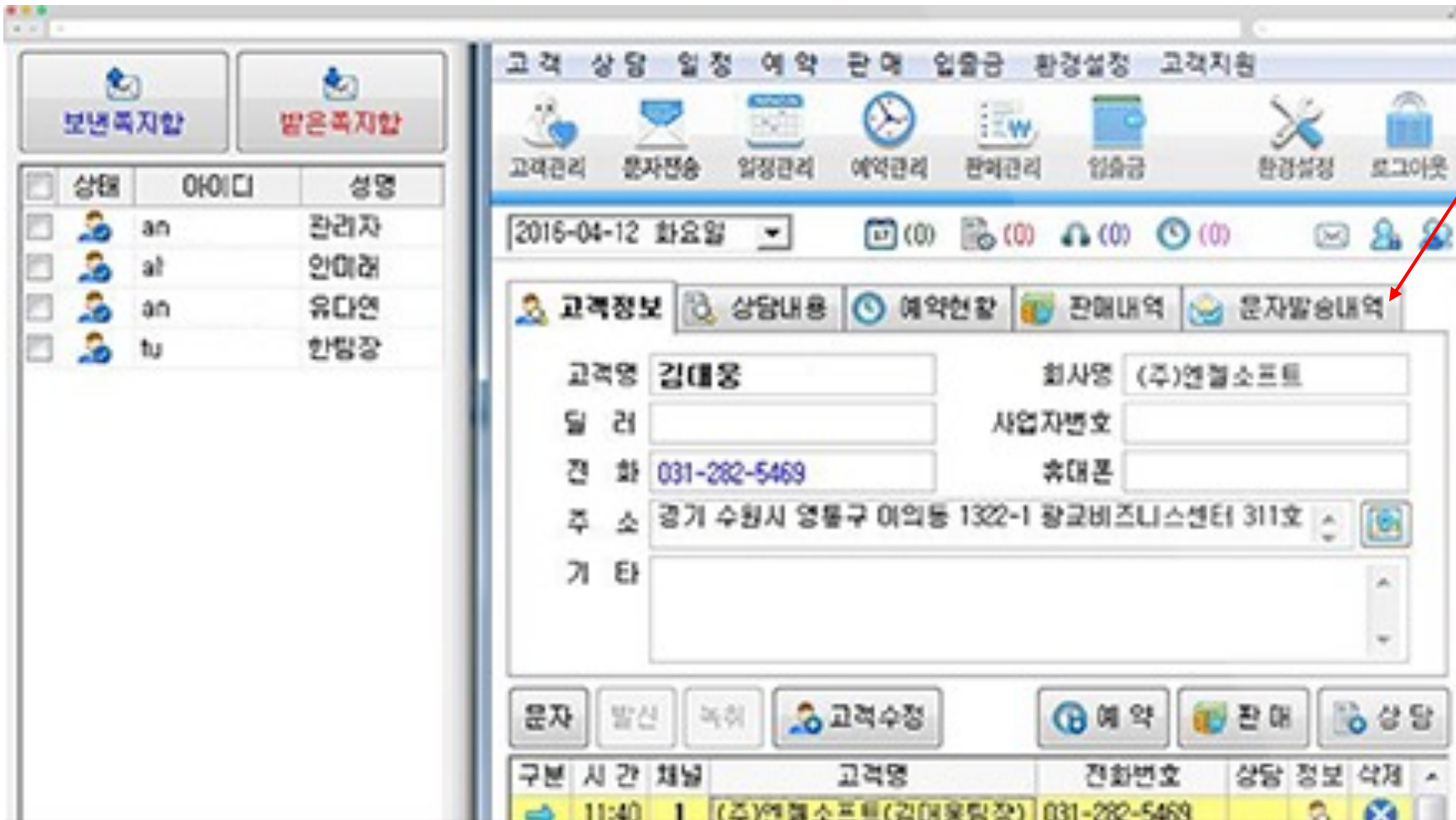


2. Service Flow



2. Service Flow

- 실제 서비스 화면 예시(유선 상담원 대상)



해지시그널

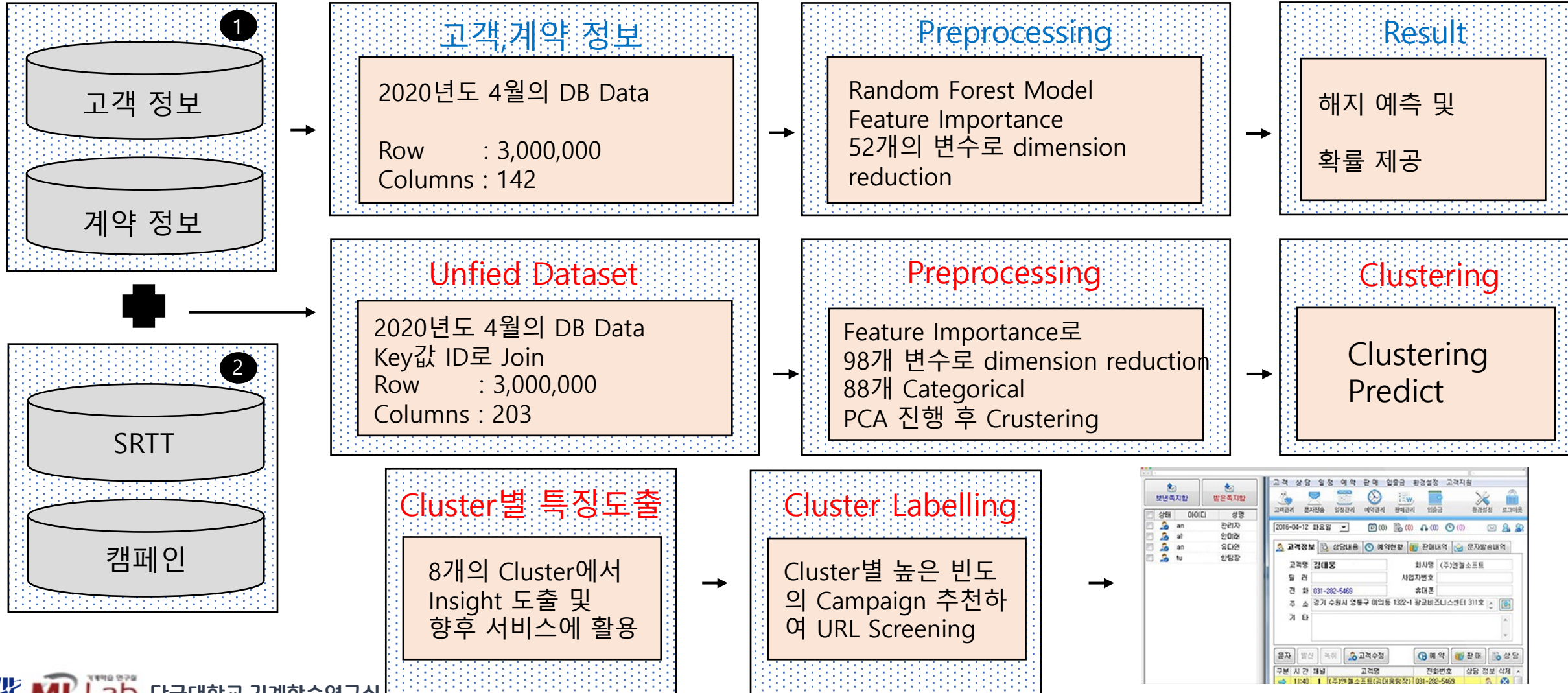
상품	모바일/인터넷 /TV/AI/로밍
시그널	해지/유지
해지 시도	2번
해지 확률	XX %
추천 Campaign	프로모션 할인

3. Modelling detail

-해지 예측 모델링 사용 data

파란색 모델은 ① 데이터 사용

빨간색 모델은 ① ② 데이터 사용

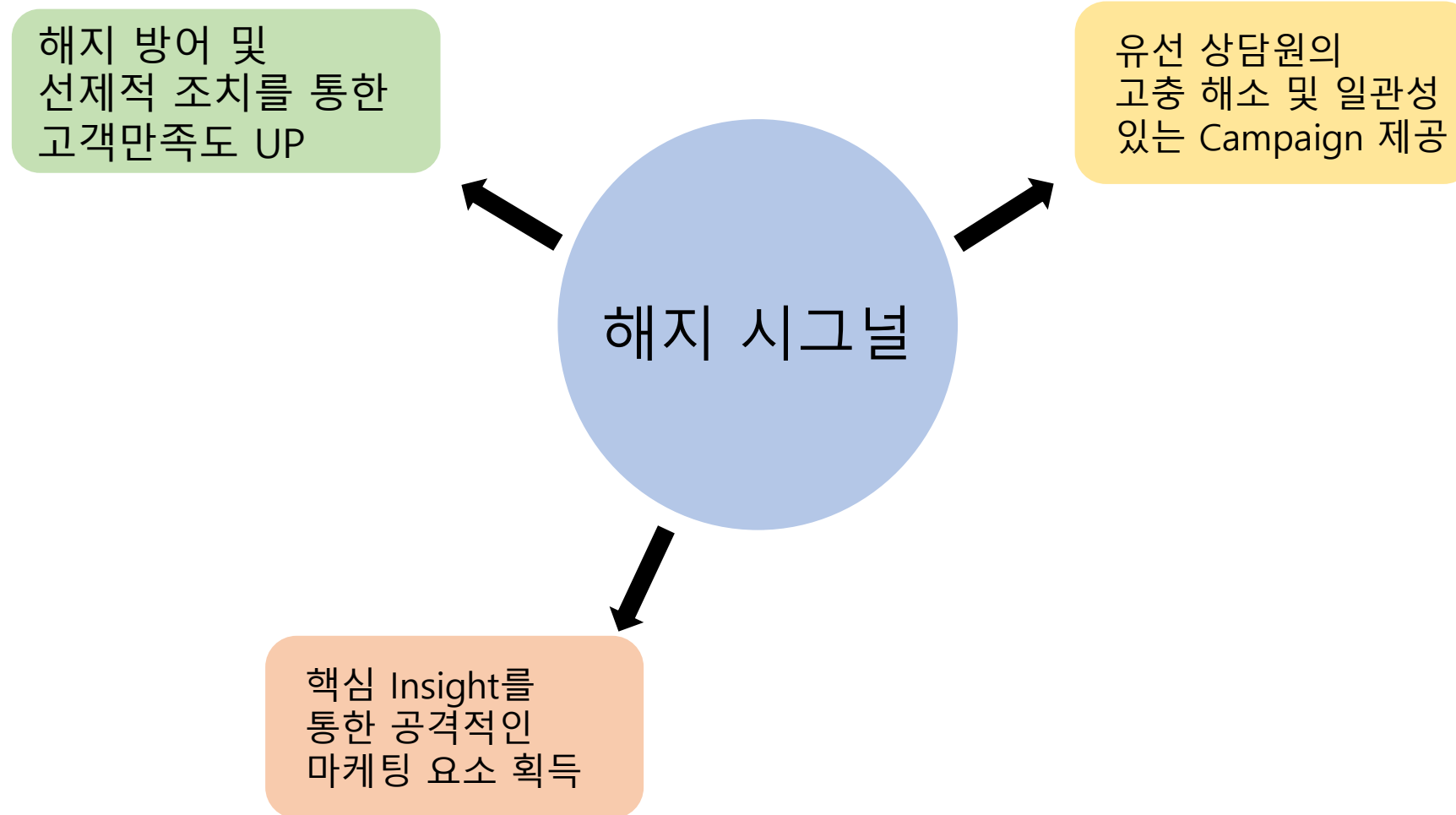


3. Modelling detail

-핵심 Insight

핵심 insight	description
통신사 가입개월수	<ul style="list-style-type: none">통신사 가입 개월수가 3~4년차에 해지확률이 상당히 높음. 약정(2년)이 끝나는 기간 이통사 이동으로 판단.이에 결합유선상품 해지확률 또한 높음.
고객의 연령대	<ul style="list-style-type: none">클러스터 별 평균 해지확률보다 높은 그룹의 연령대 확인.대부분 20~30대가 해지확률 높은 군집에 분포.해지확률이 가장 낮은 군집은 연령대가 50대 이상이 대거 분포
해지 시도 횟수	<ul style="list-style-type: none">해지시도가 많으면 많을수록 해지확률 크게 증가또한 연령대가 높으면 해지 시도 크게 횟수 증가
요금 문제	<ul style="list-style-type: none">요금 구간별 해지확률 확인요금구간별 해지확률은 큰 차이가 없음. 이에 해지를 하는데 요금이 크게 작용하지 않는 것으로 판단.
기타	<ul style="list-style-type: none">VOC데이터를 이용한 해지 Issue 확인 : KT LTE 품질저하 이슈가 상당한 것으로 확인,추가적으로 결합상품 수, 결합 고객 수, 개인/법인, 휴대폰 보유수, 부가서비스 가입 갯수 등 해지확률 확인.

4. Expectation effectiveness





Q & A

E-mail: dudals4051@gmail.com

Thank you