<배경>

1. 최근 국내 이동통신서비스 이용행태 분석

<https://ettrends.etri.re.kr/ettrends/196/0905196008/074-084_%EC%9C%A0%EC%A7%80%EC%9D%80_196%ED%98%B8.pdf>

<용어>

LTV= 고객 평생 가치

사용자와 제품 간의 상호작용을 통해 발생하는 수익을 예측하는 지표입니다

소비자가 기업에 기여하는 총 가치

계산 공식 여러 가지 존재

* LTV = 이익×거래 기간(라이프타임)×할인율(현재 가치 계수)
* LTV = 고객의 연간 거래액 × 수익률 × 고객 지속 연수
* LTV = 고객의 평균 구매 단가 × 평균 구매 횟수
* LTV = (매출액 – 매출 원가) ÷ 구매자 수
* LTV = 평균 구매 단가 × 구매 빈도 × 계속 구매 기간
* LTV = (평균 구매 단가 × 구매 빈도 × 계속 구매 기간) -(신규 획득 비용) + 고객 유지 비용)

**LTV = ARPU x 1/이탈률**

LTV 높이기 위한 방법 : 객단가 올리기 ,구매빈도 높이기 ,지속적인 고객 유치

ARPU=사용자당 평균 매출

MVNO= 알뜰폰

<모델>

1. 머신러닝, 딥러닝을 이용한 통신 서비스 이용 고객 분석 및 이탈 예측

<https://manuscriptlink-society-file.s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/kips/conference/2020fall/presentation/KIPS_C2020B0144.pdf>

1. 데이터마이닝을 이용한 고객이탈등급 예측모형연구 <https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchArticle.do?cn=DIKO0012648067&dbt=DIKO>