



SEVENCOM

ВОЗМОЖНОСТЕЙ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТЫ ДУМАЕШЬ

ОТТОК ГЛАЗАМИ МАЛОГО ОПЕРАТОРА

Илья Фоминых,
коммерческий директор Sevenscom

АБСОЛЮТНОЕ БОЛЬШИНСТВО НАСЕЛЕНИЯ **УЖЕ** **ПОЛЬЗУЮТСЯ** УСЛУГАМИ ИНТЕРНЕТА И ПЛАТНОГО ТВ



ПРОНИКНОВЕНИЕ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ –
БОЛЕЕ 73%,

В Т.Ч. ШПД – БОЛЕЕ 60%



ПРОНИКНОВЕНИЕ ПЛАТНОГО ТВ – 77%

* Mediascope, Установочное исследование Web-Индекс, Россия (населенные пункты 0+), население от 12 лет и старше, февраль 2018.

https://adindex.ru/files2/news/2018_04/170628_page-3-1.jpg

**ТМТ-Consulting, Рынок ШПД В2С - 2018. Предварительные итоги

***ТМТ-Consulting, Платное ТВ – предварительные итоги 3 квартала 2018 года



SEVENCOM

ВОЗМОЖНОСТЕЙ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ТЫ ДУМАЕШЬ

**РЫНОК НАСЫЩЕН. НОВЫХ АБОНЕНТОВ НЕТ.
ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ – ЭТО ПЕРЕМАНИВАНИЕ
ЧУЖИХ АБОНЕНТОВ И УДЕРЖАНИЕ СОБСТВЕННЫХ**



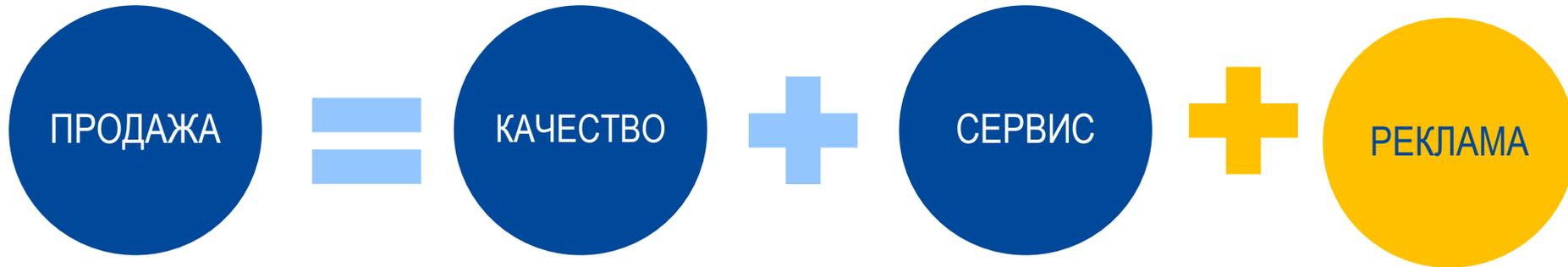
**КОНКУРЕНТЫ МОГУТ РАСТИ
ТОЛЬКО ЗА СЧЕТ ВАШЕГО ОТТОКА**

ОБОСТРЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ ВСЕ ЧАЩЕ ПРОЯВЛЯЕТСЯ В «НЕСПОРТИВНОМ» ПОВЕДЕНИИ



ЗАЩИТА ИЛИ НАПАДЕНИЕ?

ЧТО ПРИОРИТЕТНЕЕ – УДЕРЖИВАТЬ СВОИХ
ИЛИ ПЕРЕМАНИВАТЬ ЧУЖИХ?



УПРАВЛЯТЬ МОЖНО ЛИШЬ ТЕМ, ЧТО МОЖНО ПОСЧИТАТЬ

КАЧЕСТВО

- ИНВЕСТИЦИИ
В МОДЕРНИЗАЦИЮ
СЕТЕЙ
- ЗАТРАТЫ
НА РЕЗЕРВИРОВАНИЕ
- ОБЕСПЕЧЕНИЕ
СВЯЗНОСТИ
- ЗАТРАТЫ
НА КОНТЕНТ

СЕРВИС

- СТОИМОСТЬ
ОБУЧЕНИЯ (АО, ТП, ЭУ)
- ВЛОЖЕНИЯ
В АБОН. ОФИСЫ
- ИНВЕСТИЦИИ
В ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ
(ПРИЛОЖЕНИЯ, БИЛЛИНГ И ПР)
- ЗАТРАТЫ
НА ТЕХ.ПОДДЕРЖКУ
(24/7)

РЕКЛАМА

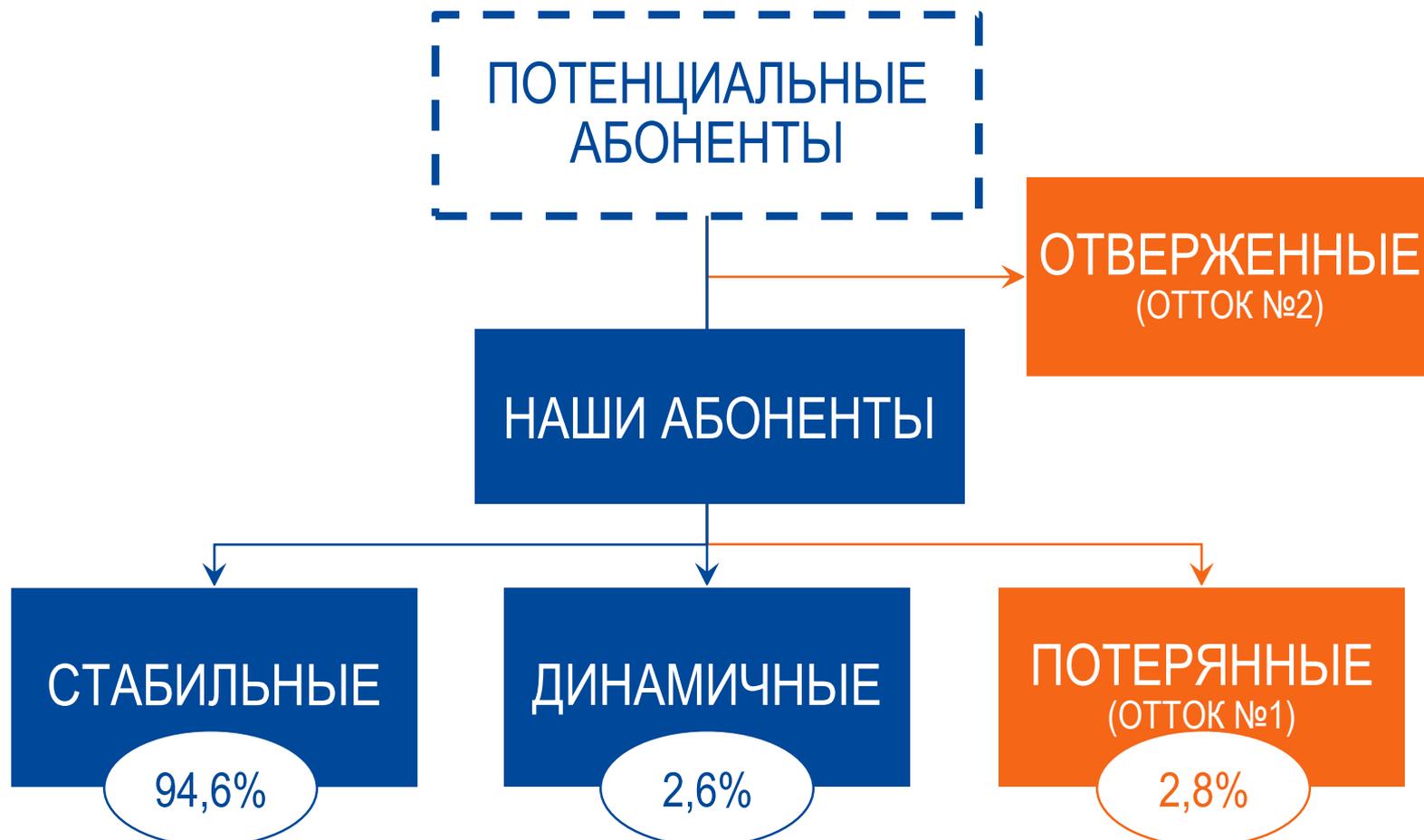
- СТОИМОСТЬ SMM
- РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ
В СМИ
- ЗАТРАТЫ
НА ПОЛИГРАФИЮ
- З/П ПРОМОУТЕРОВ
- ЗАТРАТЫ
НА ТЕЛЕСЕЙЛ

УДЕРЖИВАТЬ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ ПРИВЛЕКАТЬ



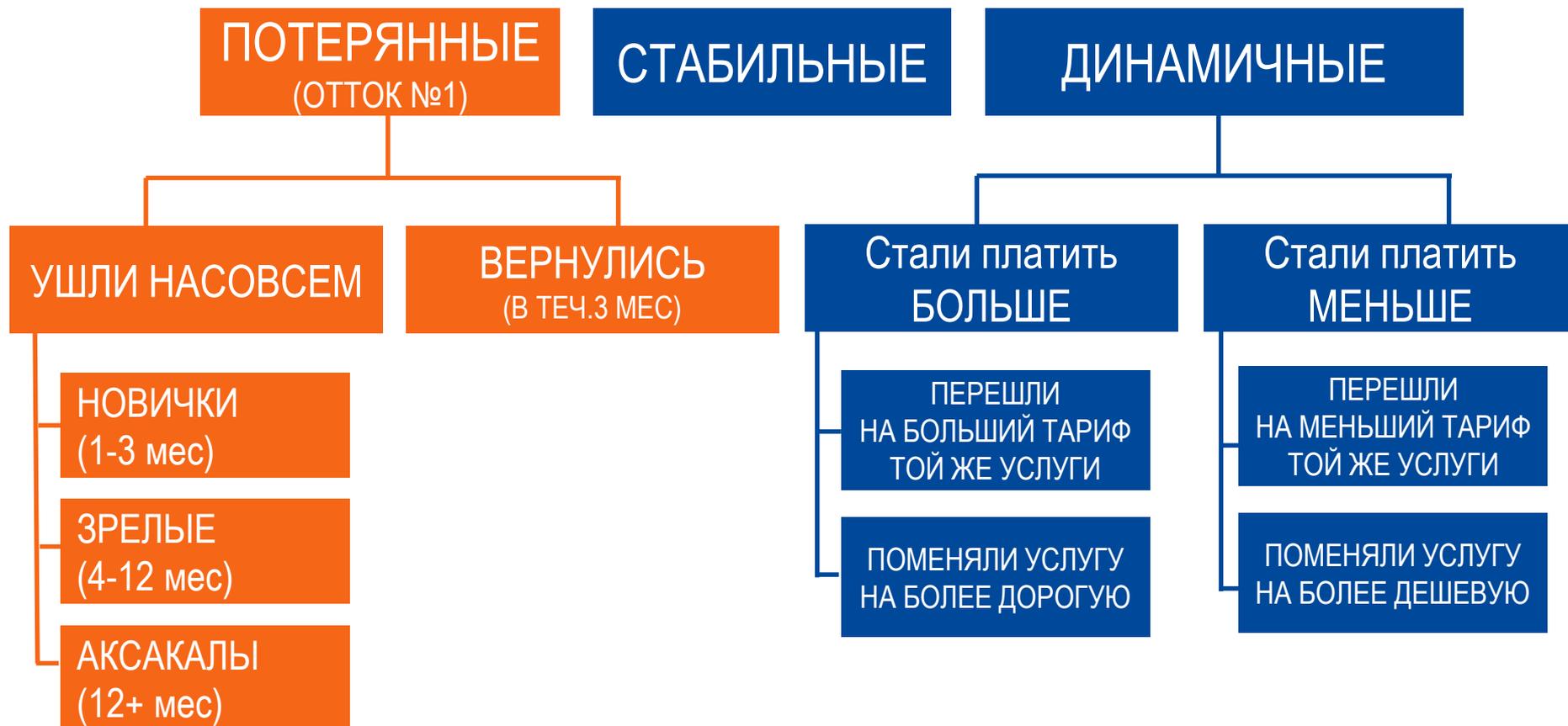


В ОСНОВЕ СТРАТЕГИИ УДЕРЖАНИЯ – СЕГМЕНТИРОВАНИЕ АБОНЕНТОВ





СТРУКТУРА АБОНЕНТСКОЙ БАЗЫ



РЕАЛИЗОВАНА АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ В БИЛЛИНГЕ

Отток Фоминых Илья Александрович Выйти

Клиенты Дата с с 01 01 2019 по 23 04 2019 Все юр.лица Все участки Выбрать

Геркон

Услуга	Отток	В т.ч. с приостановкой	Вернулись	Перешли на пакет	Абонентов	Чистый отток	Общий отток
СПД		54	49	14		1.97	2.67
КТВ			66	19		2.26	2.91
					Отток	2.12	2.79

		СПД	КТВ	СПД, %	КТВ, %	% от общего оттока
ушли	аксакалы 12+	139	236	74.33	80.55	80.67
	зрелые 7-11	11	16	5.88	5.46	
	новички 0-6	37	41	19.79	13.99	
вернулись	аксакалы 12+	33	38	67.35	57.58	19.33
	зрелые 7-11	9	4	18.37	6.06	
	новички 0-6	7	24	14.29	36.36	

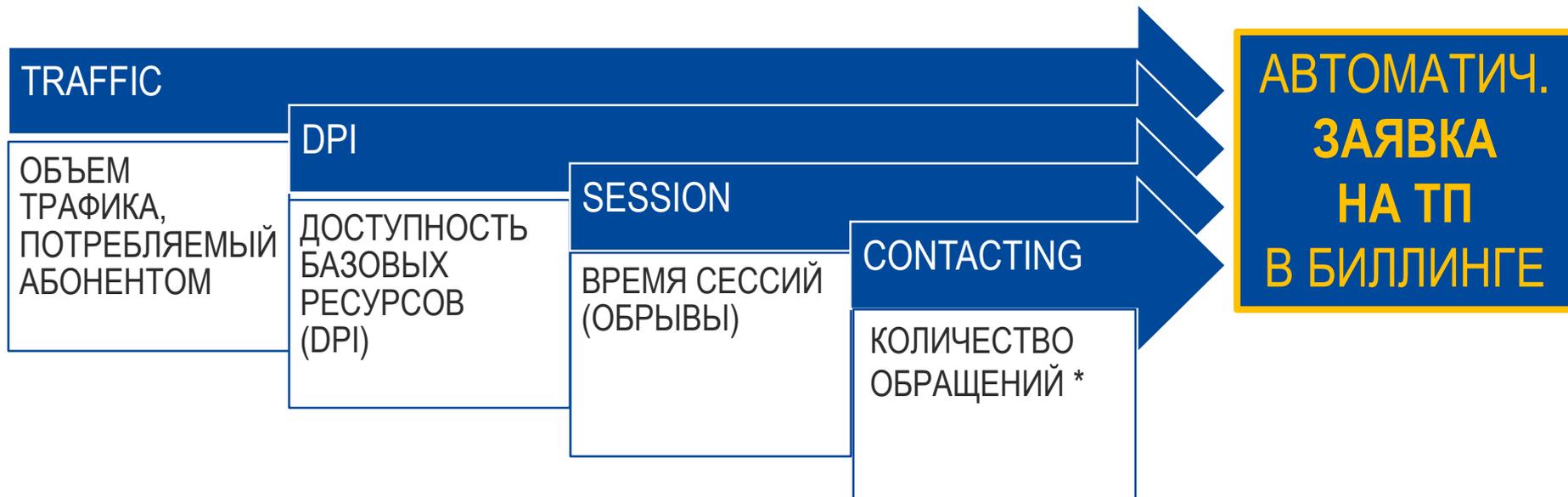
		количество	% от общего количества переходов
переходы	стали платить больше	181	40.49
	стали платить меньше	33	7.38
	не меняли вид услуг, но пошли на больший тариф	179	40.04
	не меняли вид услуг, ушли на меньший тариф	54	

Отток	2.81
Переходы	2.62
Постоянные	94.56





ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОТТОКА НА ОСНОВЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ



РАБОТА НАД КАЧЕСТВОМ УСЛУГ –
ЗАЛОГ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ АБОНЕНТОВ

*С учетом дополнительных условий

ПРОФИЛАКТИКА ОТТОКА ОТСЛЕЖИВАЕТСЯ ЧЕРЕЗ СЕРВИСНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

1. УВЕДОМЛЕНИЯ ПРИ АВАРИЯХ (СМС, IVR)
2. ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАЯВОК В ДЕНЬ ОБРАЩЕНИЯ (БЕЗ ОБМАНА)
3. ОБЗВОН ПРИОСТАНОВОК
4. СЛУЖБА ЭУ «ХОЗЯИН УЧАСТКА»
5. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРВЫМ ОБРАЩЕНИЕМ
6. БИЛЛИНГ, ПРИЛОЖЕНИЯ, МЕССЕНДЖЕРЫ
7. РАБОТА НАД НАСЫЩЕНИЕМ УСЛУГИ

РАБОТА С ОТТОКОМ: ПОЗИТИВНЫЙ ОПЫТ

1. СЕГМЕНТИРОВАНИЕ
И ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ОТРАБОТКА ПРИЧИН ОТТОКА ПО КАЖДОЙ ГРУППЕ
2. ОБУЧЕНИЕ И КРІ СОТРУДНИКОВ АО И ТП
3. ОТКЛЮЧЕНИЯ ДОЛЖНИКОВ – КРУГ 3 МЕСЯЦА
4. АМНИСТИЯ ДОЛЖНИКОВ
5. УВЕЛИЧЕНИЕ СТОИМОСТИ ВТОРОГО ВХОДА
6. АССОРТИМЕНТ ТЕХНОЛОГИЙ И ОБОРУДОВАНИЯ
ДЛЯ ГИБКОСТИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
(СОКРАЩЕНИЕ ГРУППЫ «ОТВЕРЖЕННЫХ»)
7. ОБЗВОН УШЕДШИХ АБОНЕНТОВ ЧЕРЕЗ 3 МЕСЯЦА

(И ЭТОТ СПИСОК НЕ ИСЧЕРПЫВАЮЩИЙ)



РАБОТА С ОТТОКОМ: ЭТО БЫЛО ОШИБКОЙ

- ОБЗВОН УШЕДШИХ АБОНЕНТОВ РАНЕЕ, ЧЕМ ЧЕРЕЗ 3 МЕСЯЦА
- ДЕМПИНГ

~~Plan A~~

Plan B





ДЛЯ ЗАДАЧИ СОКРАЩЕНИЯ ОТТОКА ДЕМПИНГ НЕ ЭФФЕКТИВЕН





ПОМИМО ПРОЧЕГО ДЕМПИНГ ПРИВЕЛ К НЕДОПОЛУЧЕНИЮ ВЫРУЧКИ





МЫ ПОНИМАЕМ СЕГОДНЯ:

1. **ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ КОМПАНИИ – ПРИБЫЛЬ.**
2. **БОРЬБА С ОТТОКОМ – НЕ САМОЦЕЛЬ.**
ОНА ПОЛЕЗНА РОВНО ДО ТЕХ ПОР,
ПОКА НЕ СОЗДАЕТ УГРОЗУ ДОХОДНОСТИ КОМПАНИИ.
3. **ДЕМПИНГ ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ОТТОКА НЕ ЭФФЕКТИВЕН,**
К ТОМУ ЖЕ ОН ВЫЖИГАЕТ РЫНОК И РОНЯЕТ ВЫРУЧКУ.
4. **ЭФФЕКТИВНОЕ СНИЖЕНИЕ ОТТОКА – ЭТО ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА
УСЛУГ И ИХ ЦЕННОСТИ В ГЛАЗАХ АБОНЕНТОВ.**

P.S. РОСТ КАЧЕСТВА И ЦЕННОСТИ УСЛУГ ПОМОЖЕТ РЕШИТЬ
И ВТОРУЮ ЗАДАЧУ – ПРИВЛЕЧЬ НОВЫХ АБОНЕНТОВ.
САРАФАННОЕ РАДИО – СИЛЬНЕЙШИЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОВИЖЕНИЯ.
ХОРОШИЙ ПРОДУКТ ПРОДАЕТ СЕБЯ САМ.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

