

BUSINESS CASE: MODELOS PREDICTIVOS



BUSINESS CASE: MODELOS PREDICTIVOS

- **CLIENTE:** Compañía de Telecomunicaciones latinoamericana centrada en el negocio celular.
- **CONTEXTO Y SITUACIÓN:** La compañía tiene un índice bajo de **contactabilidad (20%)** y de **captación (0,9%)**, que le genera unos altos costes operacionales y unos saldos negativos de clientes, debido a su alto ratio de *churn*.

BUSINESS CASE: MODELOS PREDICTIVOS

- **OBJETIVO DE LA PROPUESTA:** Obtener un modelo de “scoring”, que combine información interna y externa, que permita clasificar a todos los no clientes del operador pero que realizan tráfico con clientes suyos según su probabilidad de ser captados por el operador.
- **METODOLOGÍA EMPLEADA:** realización de **500 encuestas telefónicas de 15 minutos** con no clientes del operador que hayan tenido tráfico con clientes del operador recientemente. El operador suministró a AMINT un listado de clientes a partir del cual se seleccionó una muestra aleatoria para la realización de las encuestas.

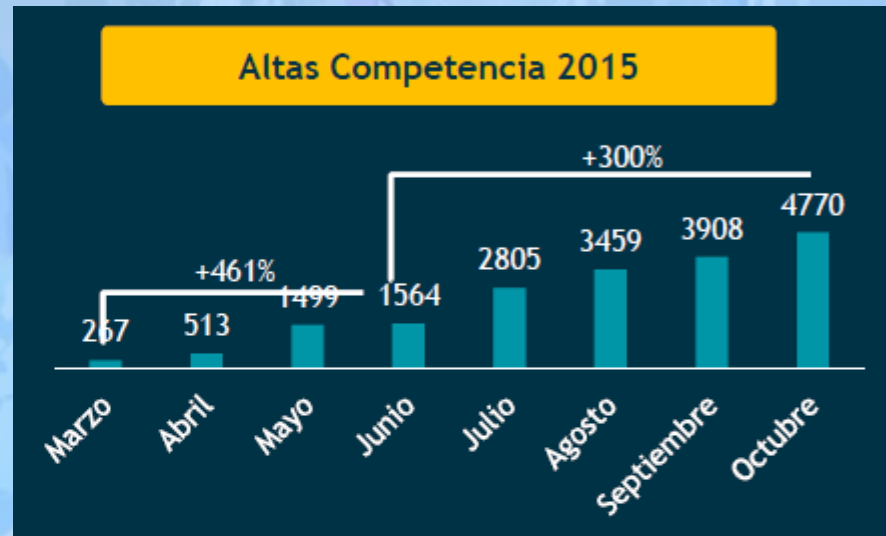
A la información externa que provino de la encuesta **se le agrega información interna** del tráfico de estos no clientes con los clientes para poder realizar el modelo predictivo.

• DELIVERY:

1. **Perfil detallado de los No clientes “permeables”:** se obtuvo mediante la encuesta un perfil detallado de los no clientes con mayor probabilidad de ser captados por el operador, no sólo en cuanto a su perfil sociodemográfico y socioeconómico sino en cuanto a sus hábitos, usos del celular y preferencias o necesidades no cubiertas.
2. **“Modelo scoring”:** se obtuvo un modelo “scoring” a través de la información interna de tráfico con los clientes, que permitió entender cuáles de esas variables internas explicaban más la **Permeabilidad** de los no clientes. El **ajuste del modelo fue del 98%**, es decir el 98% de los No clientes eran clasificados correctamente.
3. **Aplicación del modelo “scoring”** a la Base de No clientes completa: se aplicó la función discriminante a la Base completa de No clientes pudiendo **clasificar a todos los No clientes en Permeables** o no Permeables.

BUSINESS CASE: MODELOS PREDICTIVOS

- **RESULTADOS:** El modelo de prospección **mejoró los KPIs de gestión x3 veces** Vs. los resultados de contactabilidad y efectividad del piloto.



Contactabilidad de **20% a 76%**.

Efectividad de **0,9% a 4%**.