

# 산업별 상세 시나리오



## 통신 | 약정 고객 유지

고객 유지를 위한 통신사들의 치열한 경쟁에서 기존 고객을 유지하는 것은 매우 중요합니다. 이탈 가능성이 있는 고객에 대해 고객 데이터를 기반으로 적절한 조치를 취해 고객 보유율을 높일 수 있습니다. 타사로부터 번호이동을 통해 옮겨온 고객이 콜센터를 통해 약정 기간을 문의하거나 웹을 통해 잔여 약정 기간을 조회할 경우 이탈 가능성이 있으므로 별도의 프로모션을 진행하여 기존 고객 이탈을 방지할 수 있습니다.

### 과제

- 어떻게 기존 약정 계약 고객의 이탈을 방지할 것인가?

#### 이벤트 처리 조건

- 타사에서 옮겨온 고객
- 결합 상품을 가입하지 않은 고객

#### 이벤트

콜센터나 웹을 이용하여 약정 기간에 대한 문의 및 검색



고객 시스템에서 잔여 약정 기간이 3개월 미만임을 통지



#### 조치

- 할인율이 높은 가격 안내
- 매력적인 가격의 결합 상품 안내

### 의미 있는 비즈니스 이벤트

- 타사로부터 옮겨온 고객으로서 콜센터 또는 웹을 통해 자신의 약정 기간이 얼마나 남았는지 조회 또는 문의
- 시스템에서 약정 기간이 3개월 미만으로 남았다는 통지 → 조치 필요

### 조치 예시

- 타사로부터 옮겨 온 고객의 경우 이탈 가능성이 높으므로 더 할인된 요금 제안
- 함께 구매하면 더 이익이 되는 결합 상품 안내 (인터넷, IP 전화기, IP TV, 무선인터넷 등의 다양한 조합)

### 기대 효과

- 고객 이탈을 방지하면서 새로운 비즈니스 기회 발굴

그림34. 약정 고객 유지의 비즈니스 과제와 기대 효과

다양한 채널을 통해 약정 기간을 문의한 고객에게 고객 데이터를 기반으로 적절한 조건을 제시하여 이탈을 방지합니다.

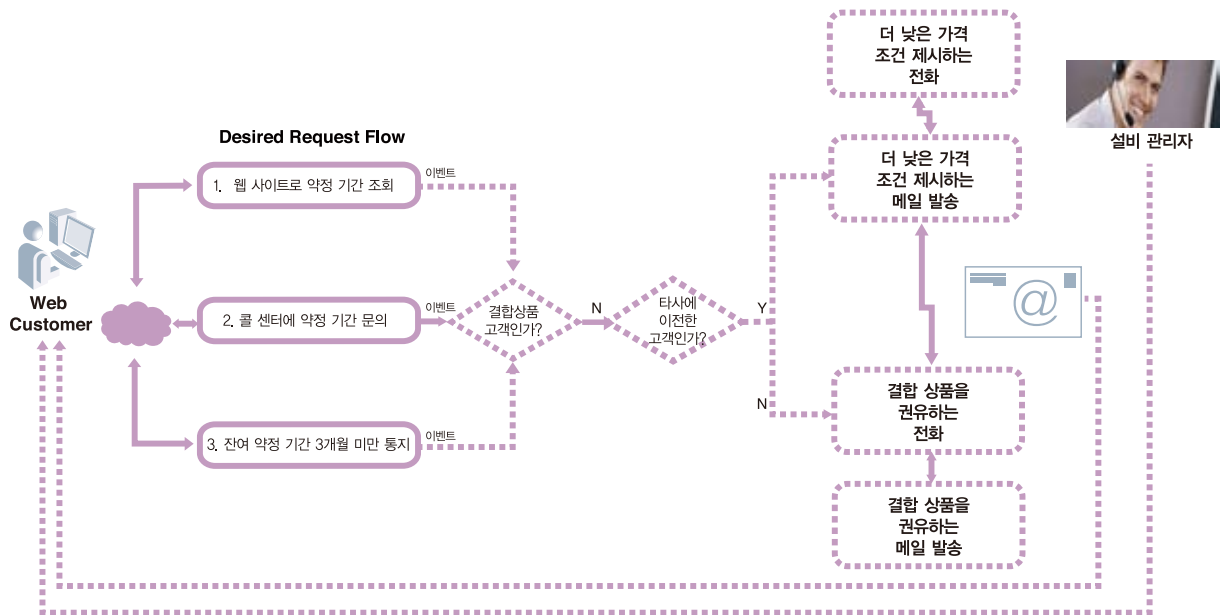


그림35. 약정 고객 유지 업무 시나리오

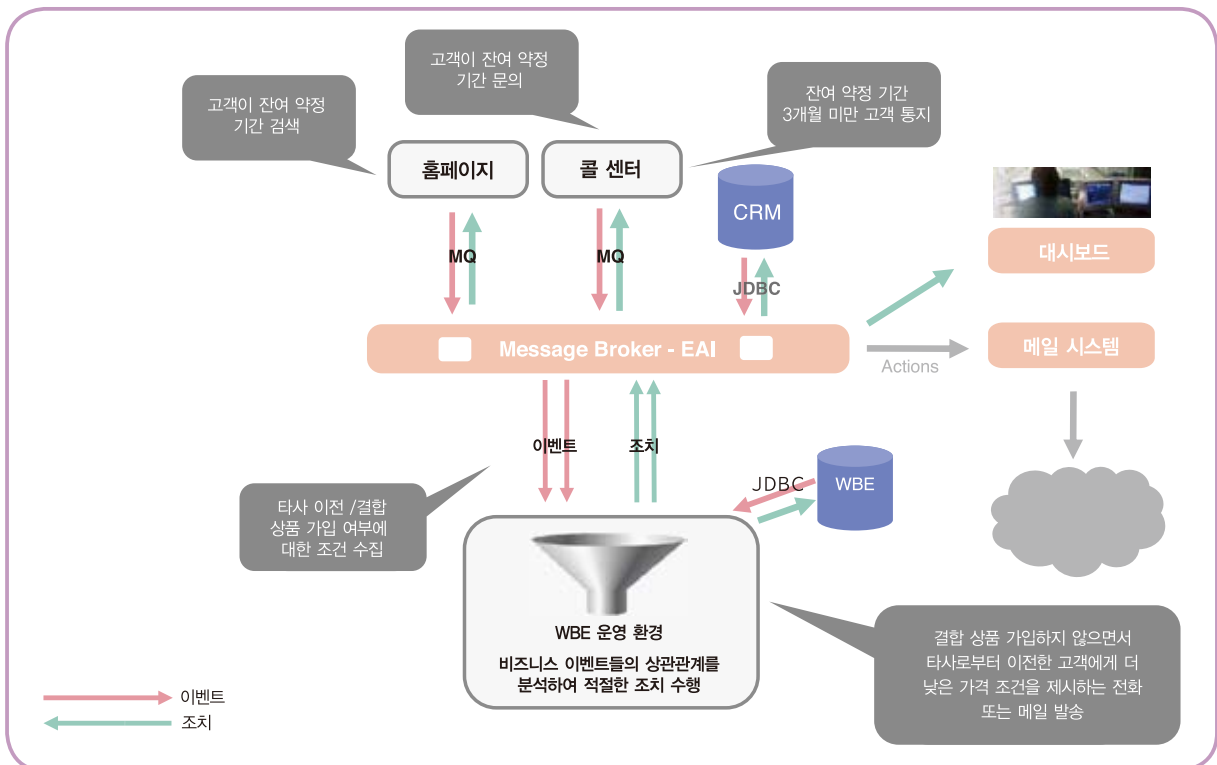


그림36. 약정 고객 유지 솔루션 아키텍처