

CASE STUDY

STUDY

Customer Retention 2.0

Sviluppare la soddisfazione del cliente tramite l'upselling
Contenere il churn ed aumentare il fatturato con il revenue marketing

ABRAMO

Settore: Telecomunicazioni

Dati generali in Italia:

29,8 M sulla rete mobile

11,6 M user broadband mobile

11,6 M connessioni fisse retail

7 M accessi fissi broadband

Cliente Abramo dal 1997

CHALLENGE 1

Incremento ARPU, fidelizzazione customer base e riduzione churn.

CHALLENGE 2

Potenziamento customer base.

SOLUTIONS

- Profilare le liste ricevute dal nostro partner con analisi target clienti; offerta/ e già attive; stato linea (diversa da cessata/sospesa);
- intercettare i clienti nell'ambito dei servizi inbound e generando lead profilate da accodare su skill dedicati;
- inviare SMS di remind ai clienti con possibilità di essere contattati qualora rispondano al messaggio.

CAMPAGNE DI RETENTION - LOYALTY / UP-CROSS SELLING

- Finalizzate alla commercializzazione di specifici servizi/prodotti ritenuti strategici dal nostro partner e/o al consolidamento/rimodulazione di prodotti/servizi già acquisiti;
- Rivolte esclusivamente ad una customer base di alto profilo;
- Mirate ad un incremento della knowledge volto a rendere più mirate le informazioni sul cliente target.

CAMPAGNA MOBILE NUMBER PORTABILITY

Campagne finalizzate all'acquisizione di nuovi clienti, svolte tanto utilizzando i canali inbound che quelli outbound, secondo i programmi commerciali di volta in volta comunicati dal nostro partner.

RESULTS

Vendite / CU

dal 22% al 36%

Retention / Loyalty

Vendite / LEAD

dal 16% al 23%

Up / Cross Selling

MNP / LEAD

dal 24% al 45%

MNP