



kpn





Customer Lifecycle Management KPN Mobile

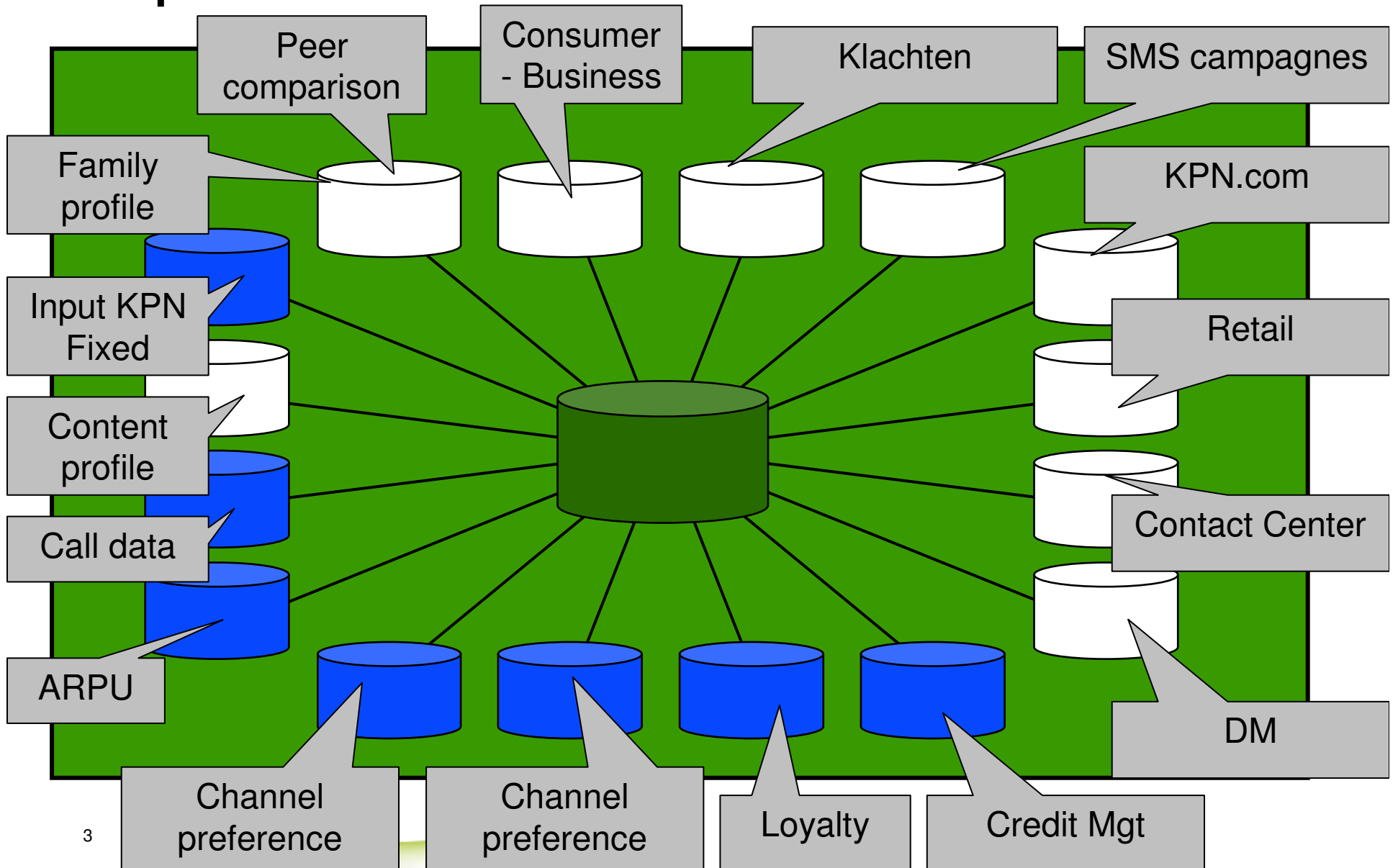
Niels Homans
22 maart 2007






Strategische Herorientatie 2005

- Klantwaarde beleving binnen de kanalen is onvoldoende,
- KPN Mobile marktaandeel: 40%,
- Totale markt bedraagt meer dan 100%,
- Klantcontacten vormen basis voor klantbeeld, echter de link naar integrale Marketing Planning ontbreekt,
- MultiPlay trend: Telefonie, Internet, Mobiel en TV.




Stap 1 CLM Data Model



Stap 2: Focus op Klantwaarde

 <p>• Martin, • 32</p>	 <p>• Erika, • 44</p>	 <p>• Marco, • 38</p>
<p>• ARPU</p> <p>48 Euro</p>	<p>48 Euro</p>	<p>48 Euro</p>
<p>• <i>Same ARPU, same value? Up to now yes, but...</i></p>		

By quantifying the value of each customer we will develop deep insights into our customer base ...

	Martin, 32	Erika, 44	Marco, 38
• ARPU	48 Euro	48 Euro	48 Euro
<i>• Same ARPU, same value? Up to now yes, but...</i>			
• SAC	- 120 Euro	-140 Euro	- 44 Euro
• Cost-to-serve	- 38 Euro	- 3.5 Euro	0 Euro
• Credits	- 25 Euro	- 55 Euro	0 Euro
• Value			

- Bought it in a shop
- Keeps on calling the cc
- Migrated w/o paying fee

- Bought it at retailer
- Contacted once cc
- Got a credit after complaining

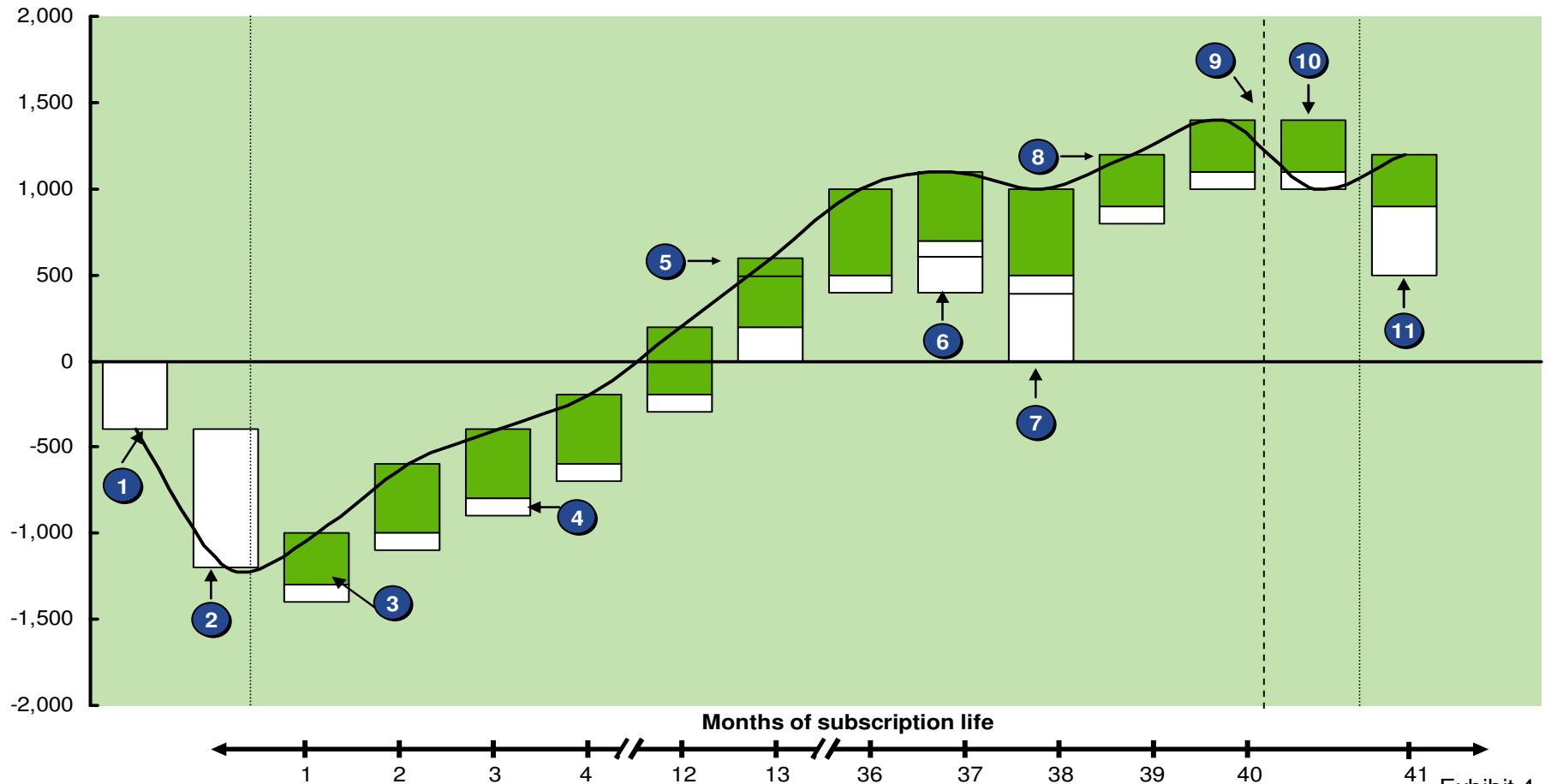
- Has a pre-paid
- Never had a contact with cc

• Looking deeper will reveal that they are not worth the same to us!

Drivers of customer value

Lifetime value drivers and associated revenues and costs
Cumulative customer lifetime value in dollars

- Cost
- Revenues
- Customer joins (rejoins) service
- Customer leaves service



Step 3: Get, Grow, Keep



OUTBOUND CONTACTS

INBOUND CONTACTS

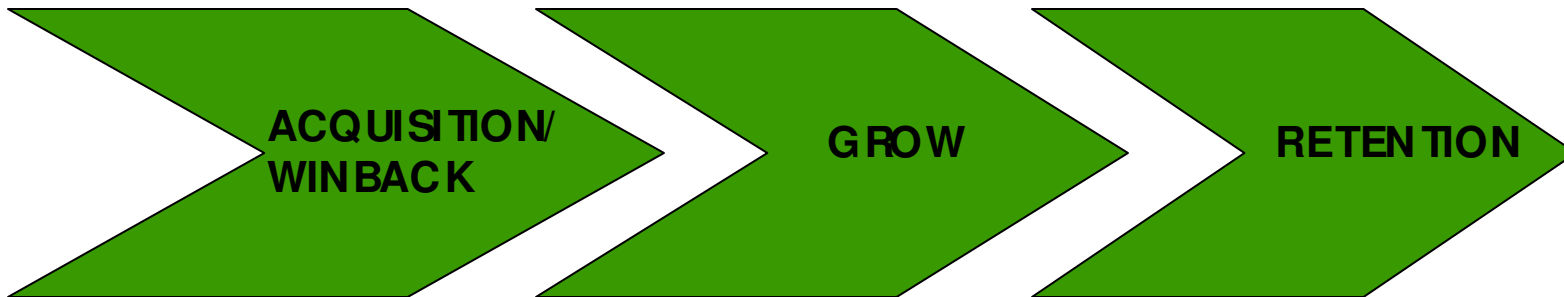
CUSTOMER (SEGMENT)
PROSPECT

VALUE FOR CUSTOMER

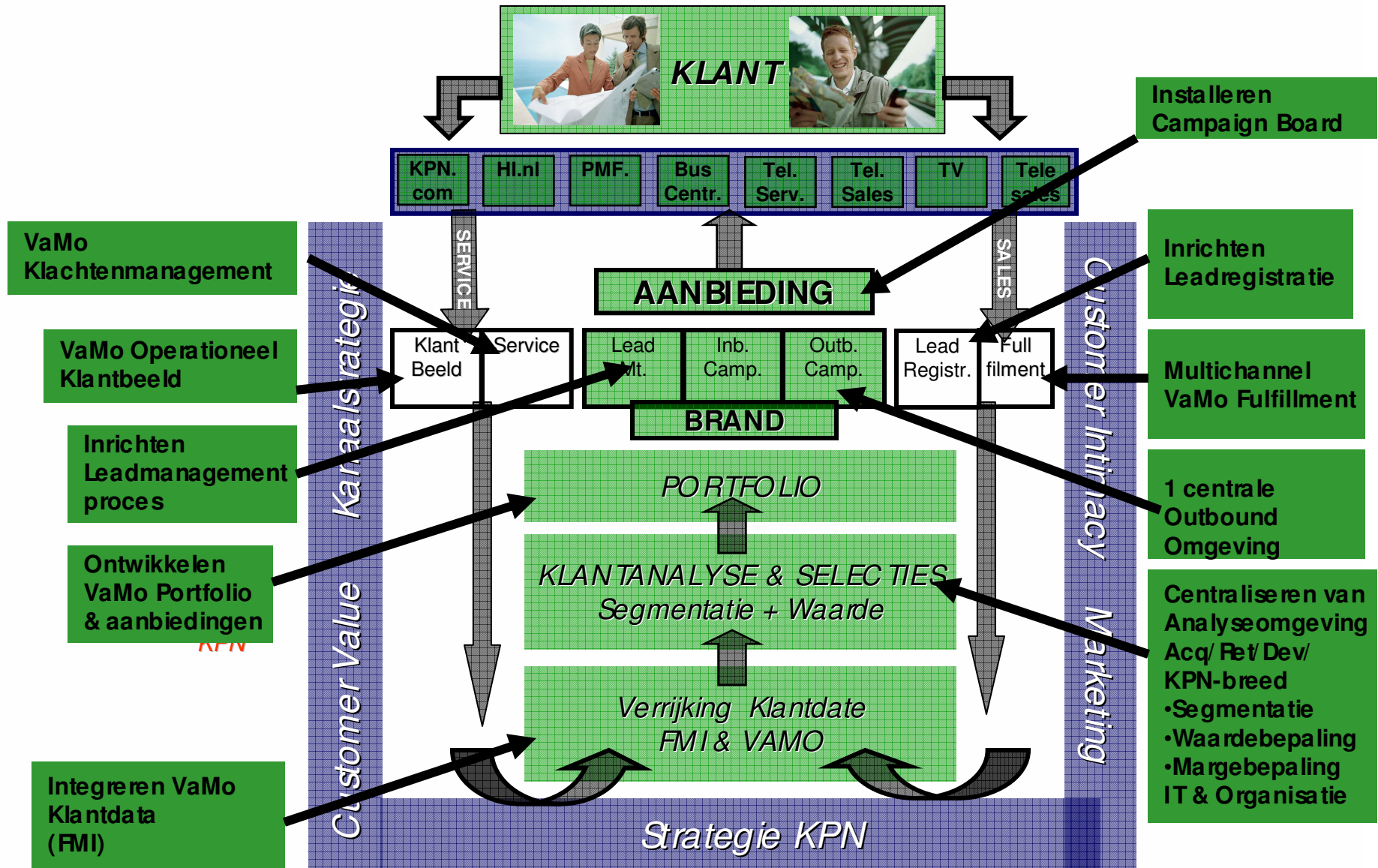
PROCESSES & CHANNELS

Operational CLM
Analytical CLM

>>1. IDEA GENERATION/OPPORTUNITY PER DRIVER >> 2. APPROVAL >> 3. EXECUTION >> 4. EVALUATION



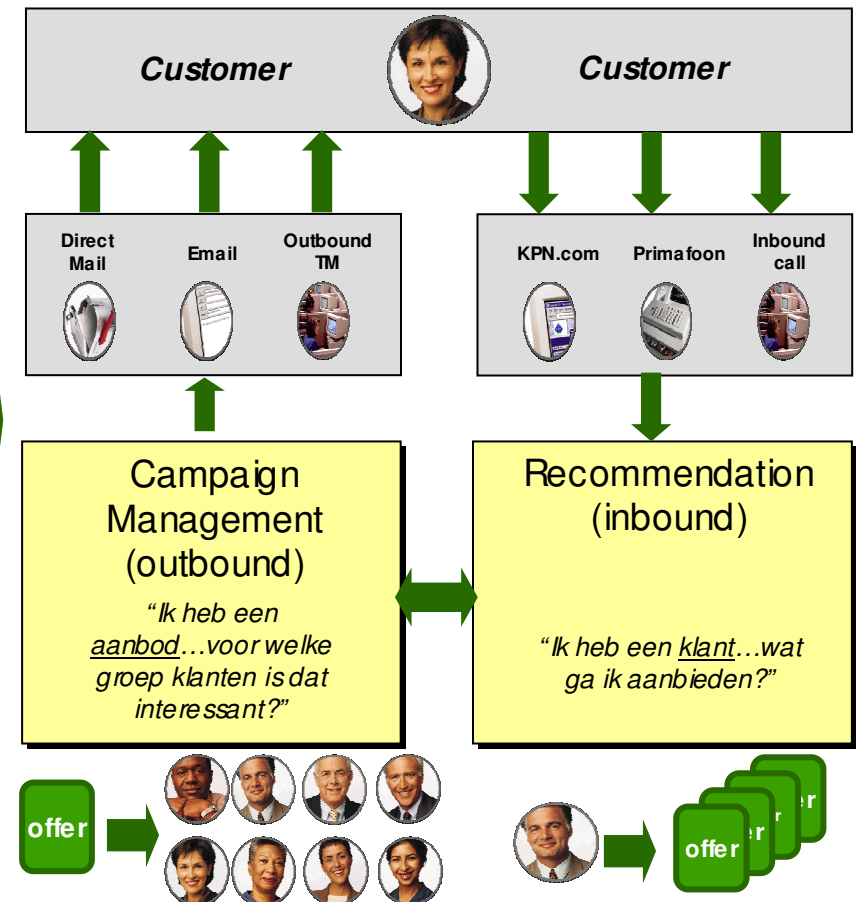
Stap 4: MultiChannel & MultiPlay



Multi channel up- en cross sell vraagt om uniform klantbeeld: multi-channel, multi-product, multi-segment, multi-brand

- Betreft alle klantcontacten in alle kanalen
- Klantcontact informatie uit de diverse kanalen (centraal) “op slaan” en beschikbaar aan de gewenste kanalen stellen
- Op basis hiervan kunnen zien wat de status is van een klantcontact en hier adequaat op kunnen reageren in een volgend klantcontact (funnel management)
- Op basis van klantherkenning inbound klanten een gericht en passend aanbod kunnen doen
- Ook klanten outbound (TM, DM, EM) een gericht aanbod kunnen doen middels een efficiënt campagne management proces
- Op basis van klant analyse (o.a. [non-] response analyse) campagnes verder kunnen finetunen om zo de conversie ratio’s continue te verbeteren
- All the above op basis van klantwaarde en (pre- en post-) campagne ROI’s om zodoende de waardevermeerdering voor KPN te optimaliseren
- Van ieder klantcontact een verkoopcontact maken: ofwel, meer cross- en up-sell en aan klanten

Epiphany tooling helpt dit te realiseren:



Kwartaal	2005 Q3&4	2006 Q1&2	2006 Q3&4	2007 Q1&2	2007 Q3&4	2008 Q1&2
----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

CLM Klantbeeld	<p>Primafoon</p> <p>SNT Sales 0105</p>
CLM Klantaanbod Inbound (Cross/upsell)	<p>CRM VIC/ Test MO: 28-07-05 & 12-09-2005</p> <p>Call Centers MO: SNT Service: 25-10-2005, SNT Sales: 22-11-2005, Client Logic: 20-12-2005</p> <p>CC + VAMO: Juli 2005, Contact Center +, voor Bus Markt SME</p> <p>Retail VAMO Primafoon en Bus Center Q1 2006</p> <p>KPN.com VAMO KPN.com, Q1 2006</p> <p>Hi.nl MO Hi.nl, Q1 2006</p> <p>CRM Overig MO: CRM BM Klantenteams, MM overig, tbd, Q2 2006</p> <p>Call Centers VAMO: Integratie Call Centers</p>
FuIFilment	<p>Cross/ Upsell integreren in fulfilment procesgang MO: Multichannel Automatisering</p>
CLM Klantaanbod Outbound	<p>QuickScan Campaign Mgmt Outbound, migreren ASP naar Epiphany</p>
Loyalty	<p>Fa se 1</p> <p>Fa se 2 (incl. CKR koppeling)</p>
FMI	<p>Fa se 1 MCCS koppeling CKR (MM postpaid)</p> <p>Fa se 2 CIVIC + MOL + UOB + BBP via CKR</p> <p>Fa se 3,4 Overig frontends + BM? via CKR</p>

A large, green, curved decorative shape in the top-left corner of the slide.

Back up slides

Fa s ering m.b.t. verkoop- en service kanalen

- Eerste directe kanalen dan indirecte
 - meer grip op eigen kanalen en bereidheid tot pilots
 - risico van klantgegevens ter beschikking stellen aan partners
- Eerst callcenters dan winkels en internet (kpn.com)
 - Bewezen succes in callcenters, intensief computergebruik door agents, zeer veel klantcontacten
 - Winkels: twee pilots in april/mei en in nov/dec
 - KPN.com: live sinds 3 oktober 06
 - Indirecte kanalen: ?

Learnings

Do's

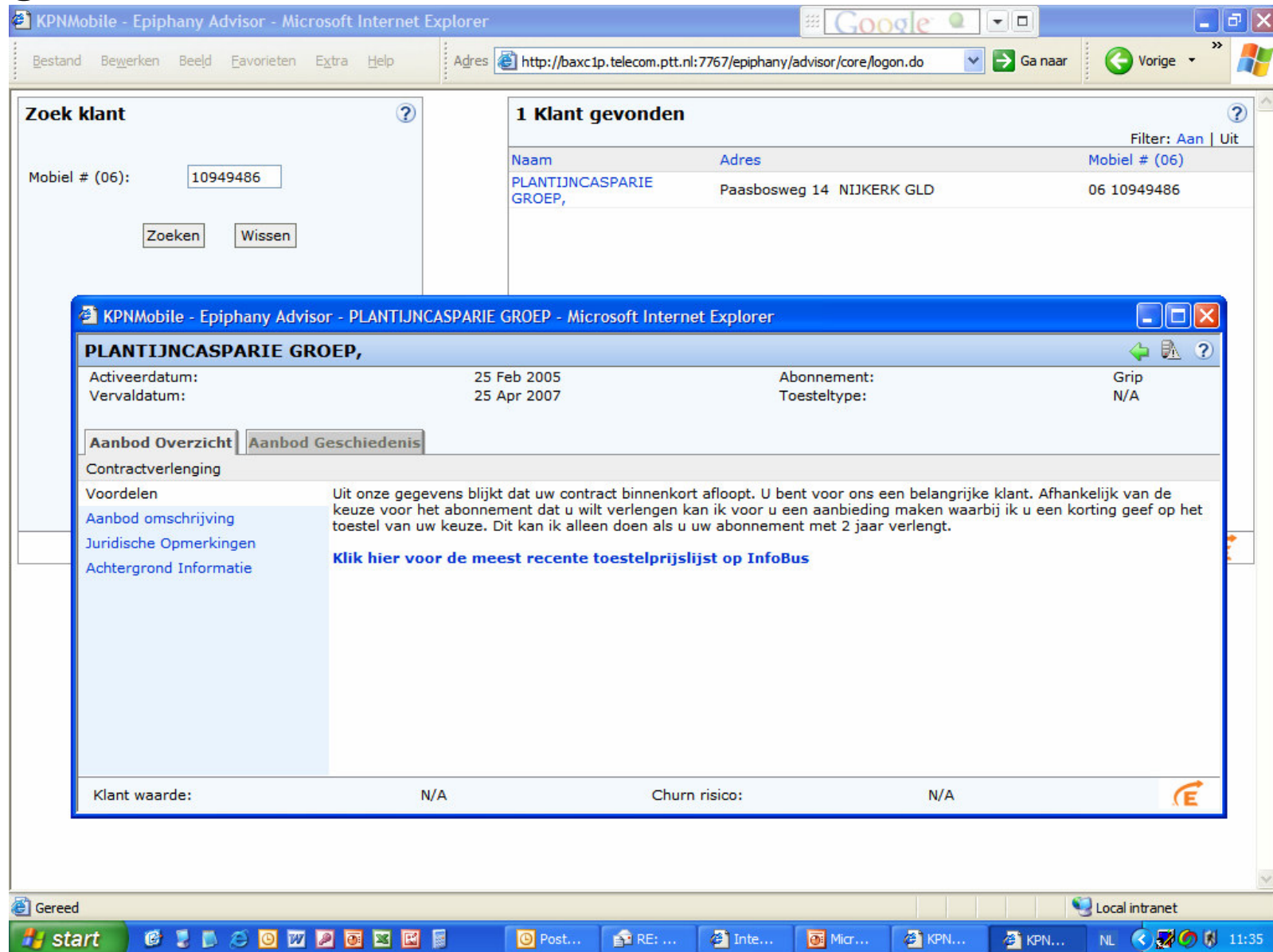
- Werk stap voor stap in kleine teams
- Zorg voor inzicht in de wensen en waarde van de klant en houdt dit up to date
- Marketing gebaseerd op creativiteit, maar ook op gedegen analyse en feiten
- Elk service contact is een verkoopcontact
- Align targets in de kanalen met aanbiedingen
- Fact Based Marketing
- Zorg voor een CLV organisatie
- Leg beleid en besturing in 1 hand
- Blijf benchmarken en leren
- Doen; executeer

Don'ts

- Sterke product focus
- 1 offers fits all
- Statische marktsegmentatie, gericht op communicatie / acquisitie
- Hoofdzakelijk volume targets
- Onderbuik-Marketing
- Geef niet te veel klant informatie aan kanalen die ver van je af staan
- Voorkom kanaalconflicten, maar zoek naar synergie kansen
- Maak het niet te complex

- Bijlage: schermafdrucken

AgentClient scherm callcenter



Zoek klant

Mobiel # (06):

1 Klant gevonden

Filter: Aan | Uit

Naam	Adres	Mobiel # (06)
PLANTIJNCASPARIE GROEP,	Paasbosweg 14 NIJKERK GLD	06 10949486

PLANTIJNCASPARIE GROEP,

Activeerdatum: 25 Feb 2005 Abonnement: Grip
 Vervaldatum: 25 Apr 2007 Toesteltype: N/A

Aanbod Overzicht **Aanbod Geschiedenis**

Contractverlenging

Voordelen

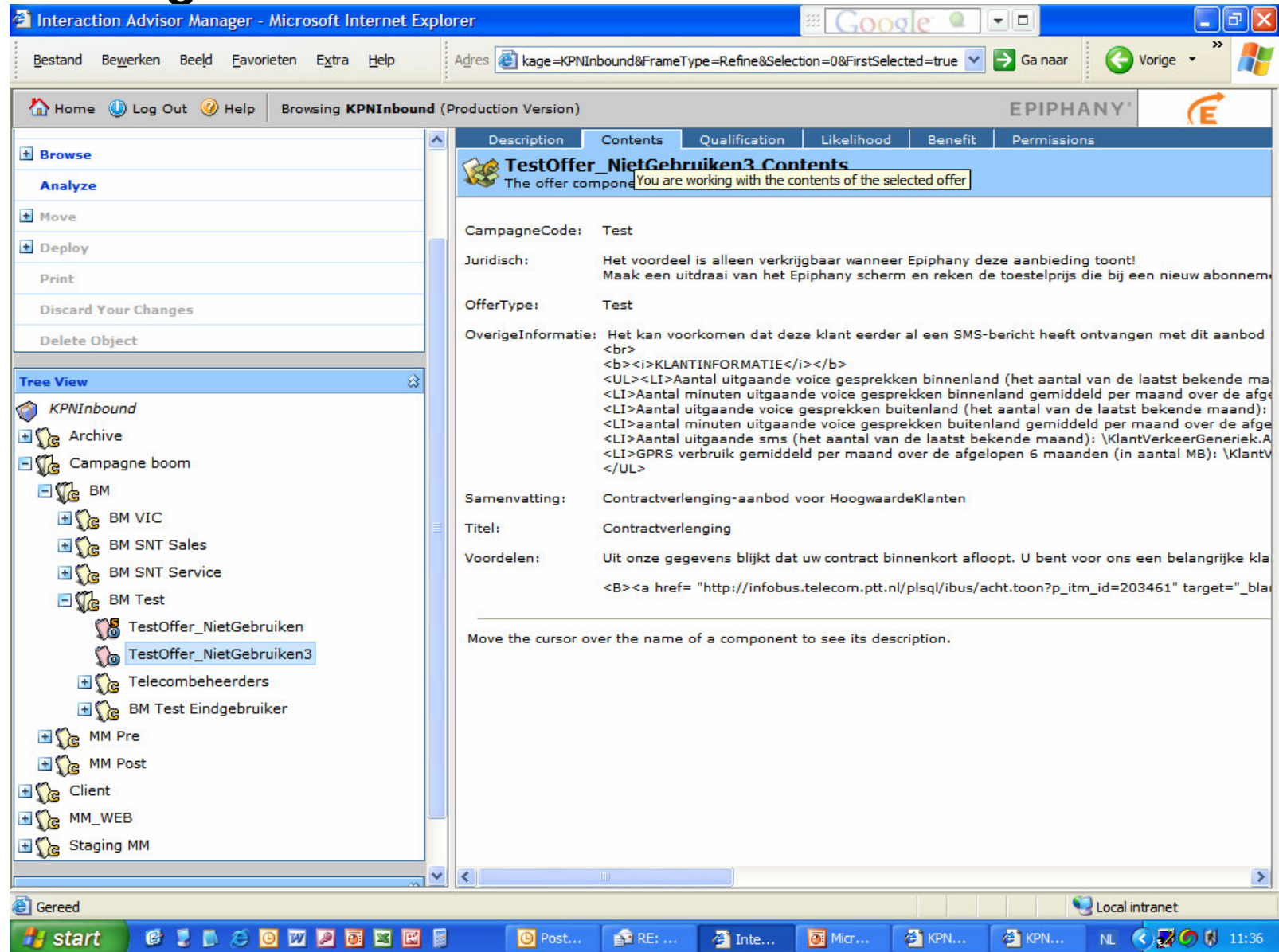
Aanbod omschrijving Uit onze gegevens blijkt dat uw contract binnenkort afloopt. U bent voor ons een belangrijke klant. Afhankelijk van de keuze voor het abonnement dat u wilt verlengen kan ik voor u een aanbieding maken waarbij ik u een korting geef op het toestel van uw keuze. Dit kan ik alleen doen als u uw abonnement met 2 jaar verlengt.

Juridische Opmerkingen [Klik hier voor de meest recente toestelprijslijst op InfoBus](#)

Achtergrond Informatie

Klant waarde: N/A Churn risico: N/A

IA manager



Interaction Advisor Manager - Microsoft Internet Explorer

Bestand Bewerken Beeld Favorieten Extra Help Adres kage=KPNInbound&FrameType=Refine&Selection=0&FirstSelected=true Ga naar Vorige

Home Log Out Help Browsing KPNInbound (Production Version) EIPHANY

Browse Analyze Move Deploy Print Discard Your Changes Delete Object

Tree View

- KPNInbound
 - Archive
 - Campagne boom
 - BM
 - BM VIC
 - BM SNT Sales
 - BM SNT Service
 - BM Test
 - TestOffer_NietGebruiken
 - TestOffer_NietGebruiken3
 - Telecombeheerders
 - BM Test Eindgebruiker
 - MM Pre
 - MM Post
 - Client
 - MM_WEB
 - Staging MM

Description Contents Qualification Likelihood Benefit Permissions

TestOffer_NietGebruiken3 Contents
The offer component You are working with the contents of the selected offer

CampagneCode: Test

Juridisch: Het voordeel is alleen verkrijgbaar wanneer Epiphany deze aanbieding toont!
Maak een uitdraai van het Epiphany scherm en reken de toestelprijs die bij een nieuw abonne...

OfferType: Test

OverigeInformatie: Het kan voorkomen dat deze klant eerder al een SMS-bericht heeft ontvangen met dit aanbod

<i>KLANTINFORMATIE</i>
Aantal uitgaande voice gesprekken binnenland (het aantal van de laatst bekende ma...
Aantal minuten uitgaande voice gesprekken binnenland gemiddeld per maand over de afg...
Aantal uitgaande voice gesprekken buitenland (het aantal van de laatst bekende maand):
aantal minuten uitgaande voice gesprekken buitenland gemiddeld per maand over de afg...
Aantal uitgaande sms (het aantal van de laatst bekende maand): \KlantVerkeerGeneriek.A...
GPRS verbruik gemiddeld per maand over de afgelopen 6 maanden (in aantal MB): \KlantV...

Samenvatting: Contractverlenging-aanbod voor HoogwaardeKlanten

Titel: Contractverlenging

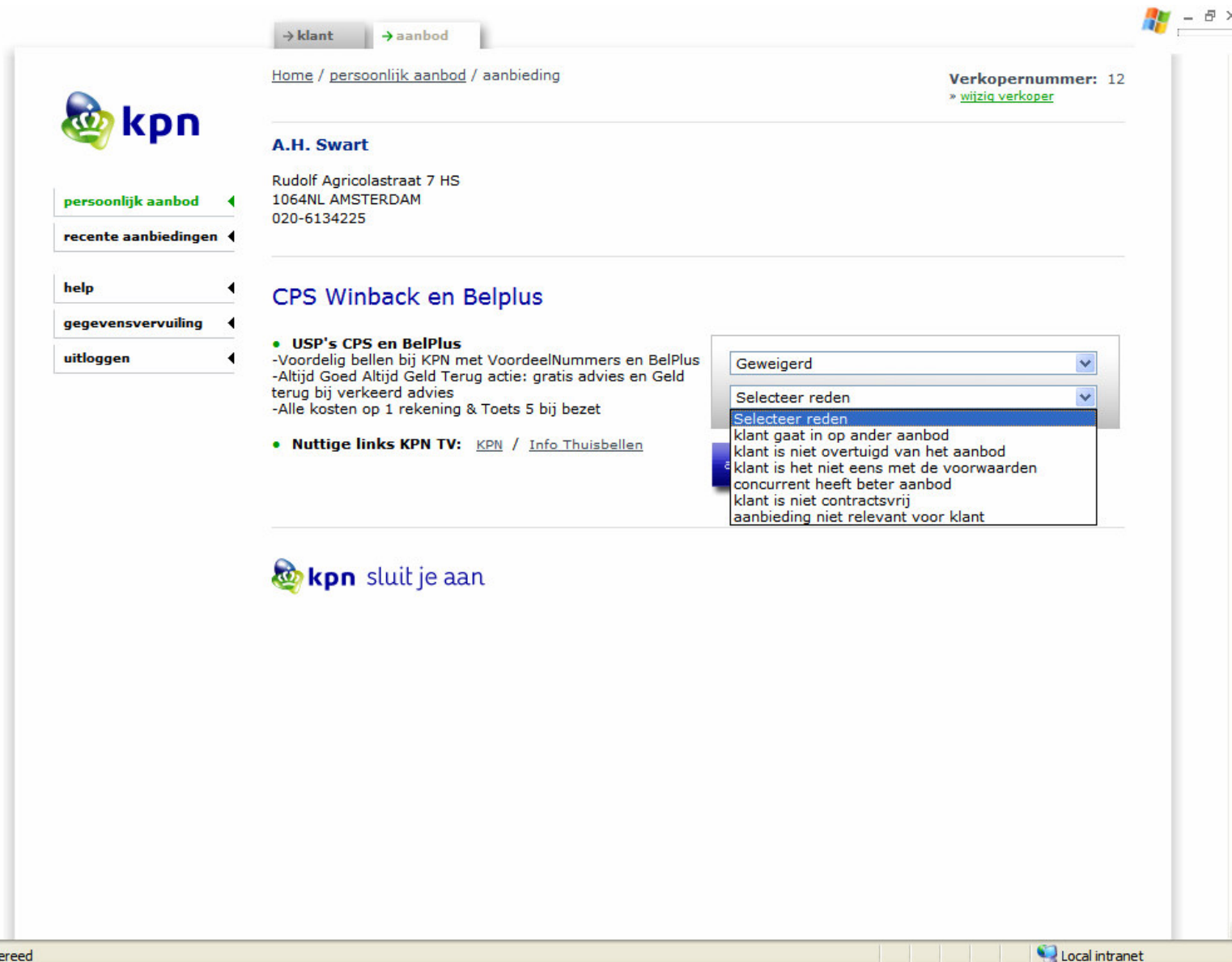
Voordelen: Uit onze gegevens blijkt dat uw contract binnenkort afloopt. U bent voor ons een belangrijke kla...
<a href="http://infobus.telecom.ptt.nl/plsql/ibus/acht.toon?p_itm_id=203461" target="_bla...

Move the cursor over the name of a component to see its description.

Gereed Local intranet

start Post... RE: ... Inte... Micr... KPN... KPN... NL 11:36


Aanbiedingen scherm Primafoon



→ klant → aanbod

Home / [persoonlijk aanbod](#) / aanbieding

Verkopernummer: 12
» [wijzig verkoper](#)




persoonlijk aanbod ◀
recente aanbiedingen ◀
help ◀
gegevensvervuiling ◀
uitloggen ◀

A.H. Swart
Rudolf Agricolastraat 7 HS
1064NL AMSTERDAM
020-6134225

CPS Winback en Belplus

- **USP's CPS en BelPlus**
-Voordelig bellen bij KPN met VoordeelNummers en BelPlus
-Altijd Goed Altijd Geld Terug actie: gratis advies en Geld terug bij verkeerd advies
-Alle kosten op 1 rekening & Toets 5 bij bezet
- **Nuttige links KPN TV:** [KPN](#) / [Info Thuisbellen](#)

Geweigerd
Selecteer reden
Selecteer reden
klant gaat in op ander aanbod
klant is niet overtuigd van het aanbod
klant is het niet eens met de voorwaarden
concurrent heeft beter aanbod
klant is niet contractsvrij
aanbieding niet relevant voor klant

 **kpn** sluit je aan

Gereed Local intranet

Printout voor de klant in Primafoon



ir. P. van Well

Singel 32 2
1015AA AMSTERDAM
020-6255660

Persoonlijke aanbiedingen voor: 020-6255660

Automatische Incasso

Automatische Incasso


- Nooit meer vergeten te betalen
- Gemakkelijk betalen

Links voor Spraakdiensten


CPS Winback en Belplus

USP's CPS en BelPlus

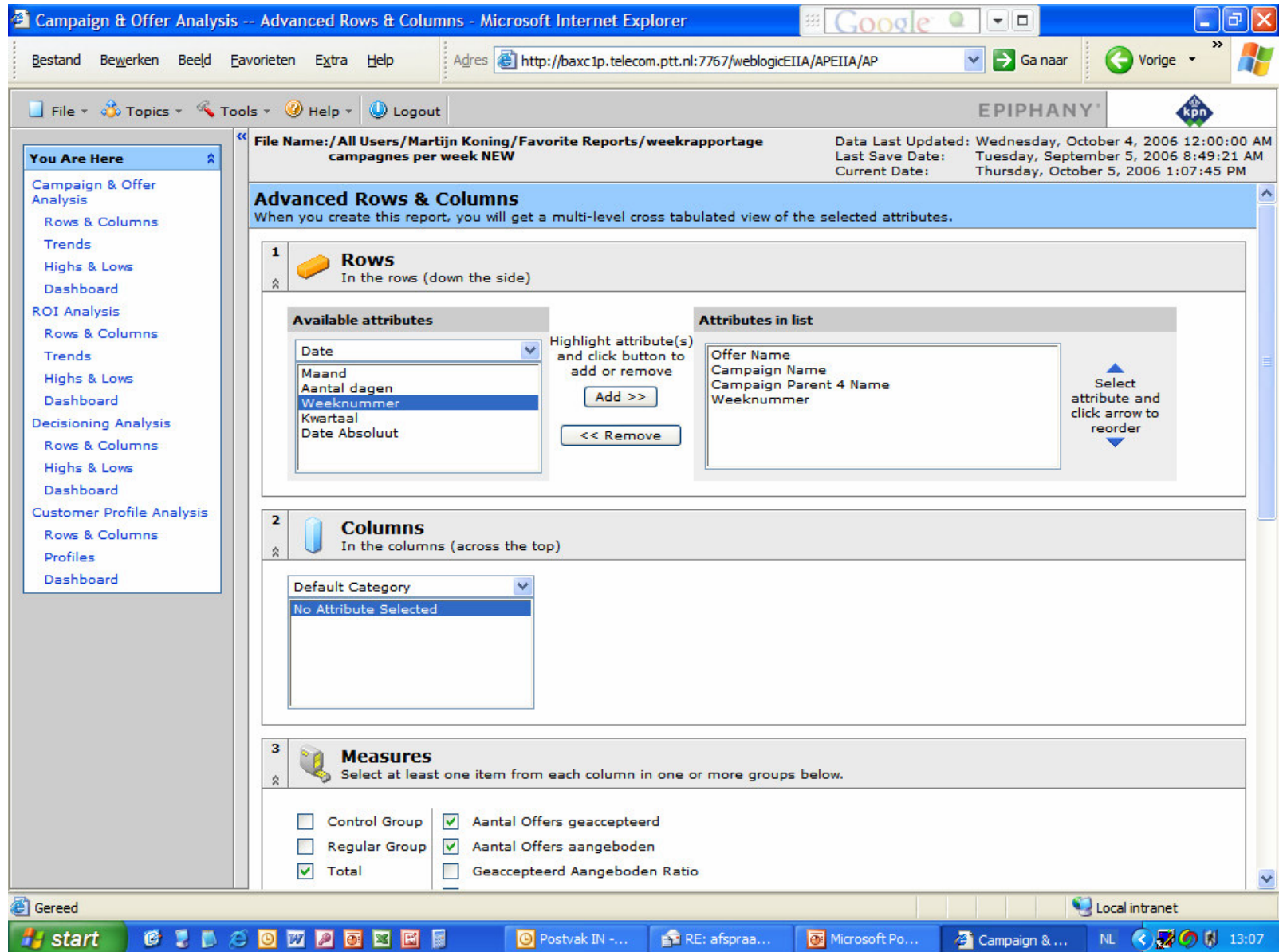
- Voordelig bellen bij KPN met VoordeelNummers en BelPlus
- Altijd Goed Altijd Geld Terug actie: gratis advies en Geld terug bij verkeerd advies
- Alle kosten op 1 rekening & Toets 5 bij bezet

 **kpn** sluit je aan

Aanbiedingen op MijnKPN



Epsy Insight: rapportagetool



Campaign & Offer Analysis -- Advanced Rows & Columns - Microsoft Internet Explorer

Bestand Bewerken Beeld Favorieten Extra Help Adres <http://baxc1p.telecom.ptt.nl:7767/weblogicEIIA/APEIIA/AP> Ga naar Vorige

File Topics Tools Help Logout EPIPANY kpn

File Name: /All Users/Martijn Koning/Favorite Reports/weekrapportage
 campagnes per week NEW
 Data Last Updated: Wednesday, October 4, 2006 12:00:00 AM
 Last Save Date: Tuesday, September 5, 2006 8:49:21 AM
 Current Date: Thursday, October 5, 2006 1:07:45 PM

Advanced Rows & Columns

When you create this report, you will get a multi-level cross tabulated view of the selected attributes.

1 Rows
 In the rows (down the side)

Available attributes

- Date
- Maand
- Aantal dagen
- Weeknummer**
- Kwartaal
- Date Absoluut

Highlight attribute(s) and click button to add or remove

Add >>

<< Remove

Attributes in list

- Offer Name
- Campaign Name
- Campaign Parent 4 Name
- Weeknummer

Select attribute and click arrow to reorder

2 Columns
 In the columns (across the top)

Default Category

- No Attribute Selected

3 Measures
 Select at least one item from each column in one or more groups below.

- Control Group
- Aantal Offers geaccepteerd
- Regular Group
- Aantal Offers aangeboden
- Total
- Geaccepteerd Aangeboden Ratio

Gereed Local intranet

start Postvak IN ... RE: afspra... Microsoft Po... Campaign & ... NL 13:07

Epny Insight: rapportagetool

Campaign & Offer Analysis -- Advanced Rows & Columns - Microsoft Internet Explorer

Adres <http://baxc1p.telecom.ptt.nl:7767/weblogicEIIA/APEIIA/AP> Ga naar Vorige

File Topics Tools Help Logout

File Name: /All Users/Martijn Koning/Favorite Reports/weekrapportage campagnes per week NEW

Data Last Updated: Wednesday, October 4, 2006 12:00:00 AM
 Last Save Date: Tuesday, September 5, 2006 8:49:21 AM
 Current Date: Thursday, October 5, 2006 1:08:53 PM

Top 10 rows/Top 10 columns
 No Attribute Selected
 NONE

Campaign Name	Campaign Parent 4 Name	Weeknummer	Aantal Offers geaccepteerd	Aantal Offers aangeboden	Aantal Offers geweigerd
Pre ClientLogic MMS activatie	Pre ClientLogic CrossSell	37	179	347	168
		35	167	362	195
		38	141	321	180
		36	126	262	136
		39	98	257	159
		40	45	93	48
Post SNT Sales MMS activatie	Post SNT Sales CrossSell	39	2	41	39
		35	1	46	45
		36	1	57	56
		40	1	2	1
Post VIC MMS activatie	Post VIC CrossSell	37	0	47	47
		38	0	29	29
		37	2	2	0
		35	1	3	2
Pre SNT Sales MMS activatie	Pre SNT Sales MMS activatie	36	1	3	2
		38	1	1	0
		40	1	1	0
		35	0	3	3
Post VIC Verrijnoptie Nota	Post VIC Verrijnoptie campagnes	36	0	7	7
		37	0	2	2
		38	0	5	5
		39	0	4	4
		39	146	149	3
Post Test Verrijnoptie Nota	Post Test Verrijnoptie campagnes	37	145	148	3
		38	132	133	1
		36	114	116	2
		35	88	89	1
		40	30	32	2
Post Test Verrijnoptie Nota	Post Test Verrijnoptie campagnes	39	26	27	1
		40	22	22	0
		38	9	9	0
		35	2	2	0

Local intranet

start Postvak... RE: afs... Microso... Campai... Immer ... NL 13:12

Via Cognos marketeersrapportages

Inbound Sales campagne - Cognos PowerPlay Web Explorer - Microsoft Internet Explorer

Adres: <https://perf-mobile/cognos/cgi-bin/ppdscgi.exe?DC=Q&nia=Run&nid=104>

Cognos PowerPlay Web Explorer **Inbound Sales campagne** **COGNOS**

donderdag 7 september 2006

Datum Tijd Campagne Kanaal Mobiel Vast Aanbod Promo item Offer type Bonus Reden

Getoond als waarden	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Tijd
Per week	20	142	265	18.204	51.709	74.627	59.360	25.189	692	592	376	58	41	6	231.281
Datum	20	142	265	18.204	51.709	74.627	59.360	25.189	692	592	376	58	41	6	231.281

Local intranet 13:15