

Содержание

QoE. Изучение поведения абонентов	3
Тест 1. Выявление абонентов, склонных к оттоку	3
1. Измерение круговой задержки (RTT)	3
2. Измерение ретрансмитов (RTO)	4
3. Детектирование интереса к конкурентам	5
Тест 2. Сегментация абонентов для “теплых” продаж услуг оператора или партнеров	7
1. Апгрейд тарифа	7
2. Продажа телефонии	8
3. Продажа IPTV или подписок на партнерские видеосервисы	9
4. Партнерство с локальным бизнесом	11

QoE. Изучение поведения абонентов



Обзор раздела QoE Аналитика на Rutube:

Зачем оператору изучать абонентов:

1. Минимизировать риск оттока
2. Эффективно продавать дополнительные услуги
3. Создавать интересные партнерства со сторонними сервисами

Проверим на тестах:

Тест 1. Выявление абонентов, склонных к оттоку

Тест 2. Сегментация абонентов для “теплых” продаж услуг оператора или партнеров

Условия тестов:



1. Установка СКАТ “в разрыв” или “на зеркало”
2. ПК с интернетом, подключенном через DPI (несколько устройств) или реальный трафик оператора (предпочтительно).

Приступаем к тестированию. Действия выполняются в графическом интерфейсе СКАТ.

Тест 1. Выявление абонентов, склонных к оттоку



- Абоненты с высоким RTT
- Абоненты с ретрансмитами
- Поиск абонентом предложений конкурентов

СКАТ предлагает ряд метрик, позволяющих оперативно выявлять абонентов, имеющих проблемы с доступом или рассматривающих предложения операторов-конкурентов.

1. Измерение круговой задержки (RTT)

DPI позволяет измерить RTT и поделить его по направлениям (к абоненту и от абонента), при необходимости уточнить по сетевым протоколам и устройствам.

Большая задержка в течение продолжительного времени “от абонента” говорит о том, что у

него есть сложности с доступом к онлайн-сервисам - играм, видео, коммуникации. Как правило, задержка возникает из-за wifi-сети абонента, но может говорить и о перегрузке узлов сети. Задержка “к абоненту” говорит о неустойчивой работе самого ресурса или плохой связи с ним, проблемах на аплинке. Нормальной считается RTT <10 мс, приемлемым — до 100.

Действия:

1. Создать выборку абонентов за заданный период

The screenshot shows the VAS Experts interface. On the left, the 'QoS аналитика' menu is highlighted with a red box. The main area displays a table titled 'Топ абонентов с высоким RTT'. The table has columns: 'Абонент', 'Логин', 'RTT', 'RTT от абонента', and 'RTT к абоненту'. A red arrow points to the 'RTT' column. On the right, the 'Отчеты' sidebar shows 'Топ абонентов' highlighted with a red box.

Абонент	Логин	RTT	RTT от абонента	RTT к абоненту
10.97.328.42	44420	156 мс	84 мс	504 мс
10.97.47.31	34771	161 мс	2 мс	2 с
10.97.214.18	39034	150 мс	57 мс	414 мс
172.28.36.4	50706	150 мс	150 мс	0 мс
172.28.36.19	37263	149 мс	149 мс	0 мс
172.28.36.3	35415	149 мс	149 мс	0 мс

2. Выгрузить выборку в Excel

The screenshot shows the 'Топ абонентов' table with columns: 'Абонент', 'Логин', 'RTT', 'RTT от абонента', and 'RTT к абоненту'. A red box highlights the 'Экспорт' button at the bottom of the table.

Абонент	Логин	RTT	RTT от абонента	RTT к абоненту
10.97.328.42	44420	156 мс	84 мс	504 мс
10.97.47.31	34771	161 мс	2 мс	2 с
10.97.214.18	39034	150 мс	57 мс	414 мс
172.28.36.4	50706	150 мс	150 мс	0 мс
172.28.36.19	37263	149 мс	149 мс	0 мс
172.28.36.3	35415	149 мс	149 мс	0 мс

3. В Excel можно обогатить базу другими метриками, отфильтровать нужные значения, случайные статистические выбросы, отдать в проработку технической поддержке

2. Измерение ретрансмитов (RTO)

В дополнение к RTT можно использовать метрику %ретрансмитов при поиске проблемных абонентов.

Если продолжительное время (>30 минут) наблюдается существенное превышение фонового значения по ретрансмитам (обычно 4-5%), это признак деградации услуги у абонента.

Действия:

QoE аналитика > Нетфлю

Период: 12.12.2024 16:00 - 12.12.2024 16:59 | По всем DPI устройствам | 10 минут

Топ абонентов с высоким % ретрансмитов

Абонент	Логин	Ретрансмит, %	Ретрансмиты от	Ретрансмиты к абоненту
10.97.311.32	56598	35,97	71,65	0,51
10.97.25.94	51380	35,95	71,66	0,33
10.97.204.6	36646	34,08	66,95	0,03
10.97.371.38	38305	33,91	67,36	0,08
10.97.30.10	32390	33,64	65,88	1,45
10.97.92.73	39908	33,63	66,94	0,13
10.97.122.42	35415	33,33	0,00	33,33
10.97.311.111	42857	31,99	64,08	0,12
10.97.367.7	33243	31,48	63,27	0,01
10.97.348.65	53430	31,13	62,26	0,08
10.97.86.115	53515	30,74	61,24	0,11
10.97.371.41	38308	30,70	61,40	0,06
10.97.92.71	39999	30,66	61,05	0,00
10.97.254.131	45904	30,47	61,34	0,06
10.97.157.27	53905	30,36	60,62	0,17
10.848	10.848			

1-100 of 10848

Экспорт 100

Отчеты: Скорость трафика, Топ, Топ с высоким RTT, Топ с высоким трафиком, Топ с высоким % ретрансмитов, Топ абонентов, Топ абонентов (Maxi), Топ прикладных протоколов, Топ групп прикладных протоколов, Топ хостов, Топ IP-адресов хостов, Топ категорий хостов, Топ AC, Топ коммутаторов, Топ каналов, Топ классов, Топ GTP cells, Топ замороженных абонентов

Полученную выборку выгрузить в Excel для проработки в технической поддержке.

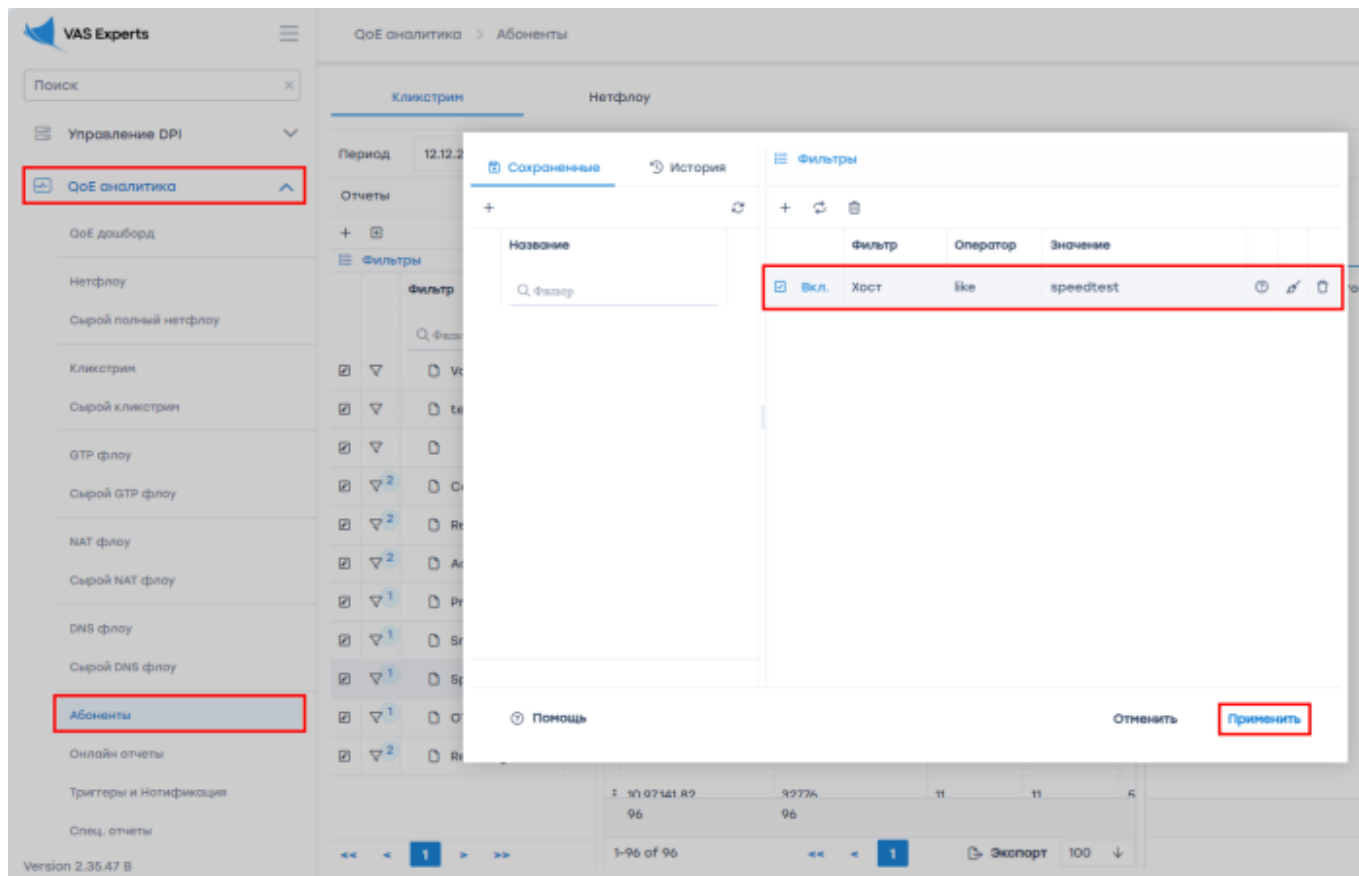
В SKAT предусмотрены инструменты для регулярной выгрузки метрик RTT и RTO в CRM оператора.

3. Детектирование интереса к конкурентам

Когда абонента не устраивает связь, он начинает интересоваться предложениями конкурентов и может уйти даже без общения с технической поддержкой своего оператора. В клистриме SKAT DPI можно выявить регулярные заходы на сайты конкурентов и измерения качества интернета.

Для примера создадим фильтр поиска заходов на сервис speedtest.com и получим список абонентов.

Действия:



В нашем примере на скриншоте ниже 5 абонентов заходили на speedtest.com более 20 раз за 2 часа.

Абонент	Логин	Всего	Сессии	Хосты
10.97.92.116	39580	31	31	2
10.97.201.62	49288	25	25	1
10.97.95.23	45328	25	25	4
5.253.101.67	43763	23	23	1
10.97.163.2	35487	22	15	6
10.97.208.22	36585	17	17	8
10.97.144.51	46343	16	16	1
10.97.220.35	52052	14	14	6
10.97.222.42	41251	14	14	1
10.97.101.26	51364	13	13	1

Аналогичные фильтры можно поставить на любой хост. Рекомендуем составить список конкурентов и настроить постоянный мониторинг. SKAT DPI позволяет настроить для отдела заботы об абонентах подписку на периодические отчеты об абонентах, склонных к оттоку. *Спросите нас как настроить сложные фильтры и отсылку отчетов по sales@vasexperts.com*

Тест 2. Сегментация абонентов для “теплых” продаж услуг оператора или партнеров



- Составление сегмента по хосту, сигнатуре, устройству пользователя
- Готовые сегменты по категориям сайтов

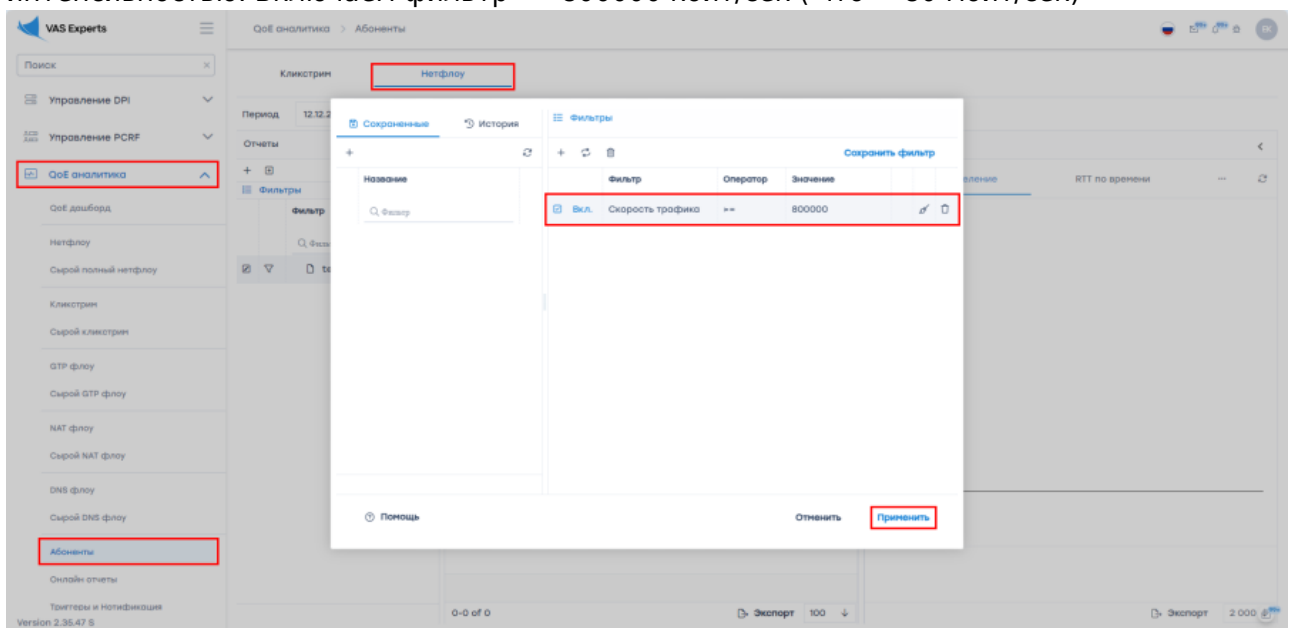
Обычно у операторов есть задача апсейла: скоростные тарифы, интерактивное ТВ, видеонаблюдение, услуги безопасности и т.д. SKAT DPI позволяет выявить абонентов, которые уже потребляют похожие услуги или нуждаются в релевантных предложениях. Вот несколько примеров подготовки сегментов:

1. Апгрейд тарифа

Собираем абонентов, которые приближаются к пределам скорости на своих тарифах или имеют дома много устройств.

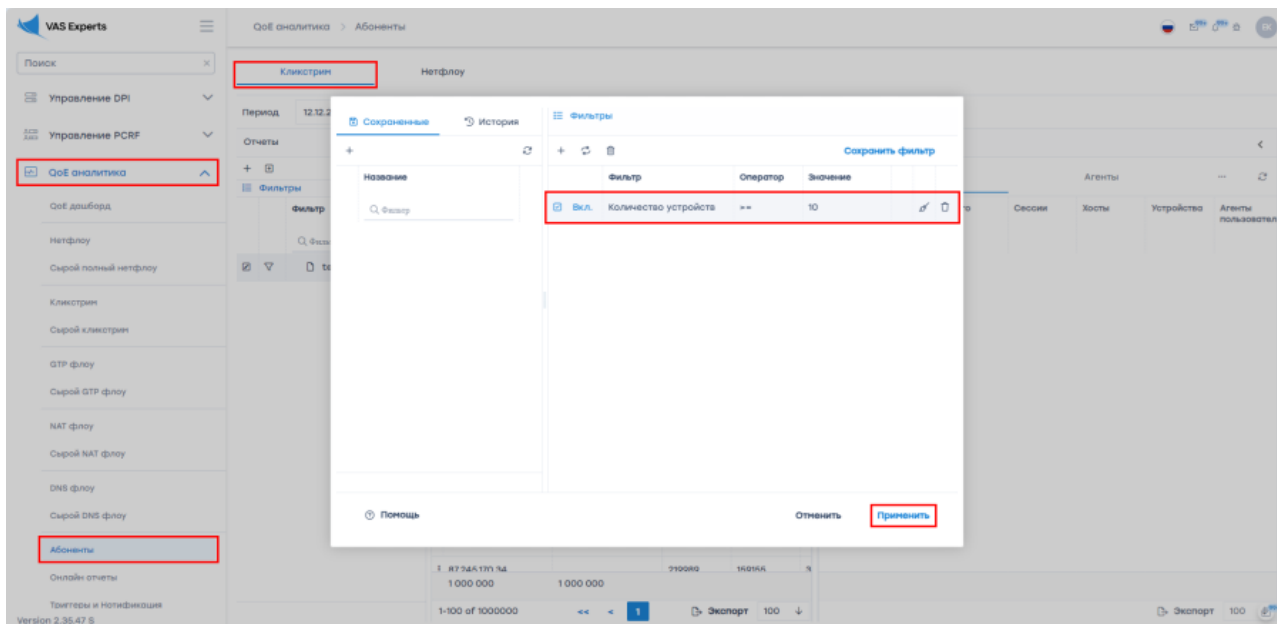
Действия:

1. Создаем фильтр и получаем список абонентов, которые используют сеть с высокой интенсивностью. Включаем фильтр ≥ 800000 кбит/сек (что = 80 мбит/сек)



Полученный список нужно экспортировать и сопоставить с данными биллинга по тарифам, выявить тех, кто близок к номиналу тарифа и может испытывать недостаток скорости.

2. Еще один критерий "гиперактивных" абонентов — количество подключенных домашних устройств. Создаем соответствующий фильтр, выбираем абонентов к которым более 10 устройств.

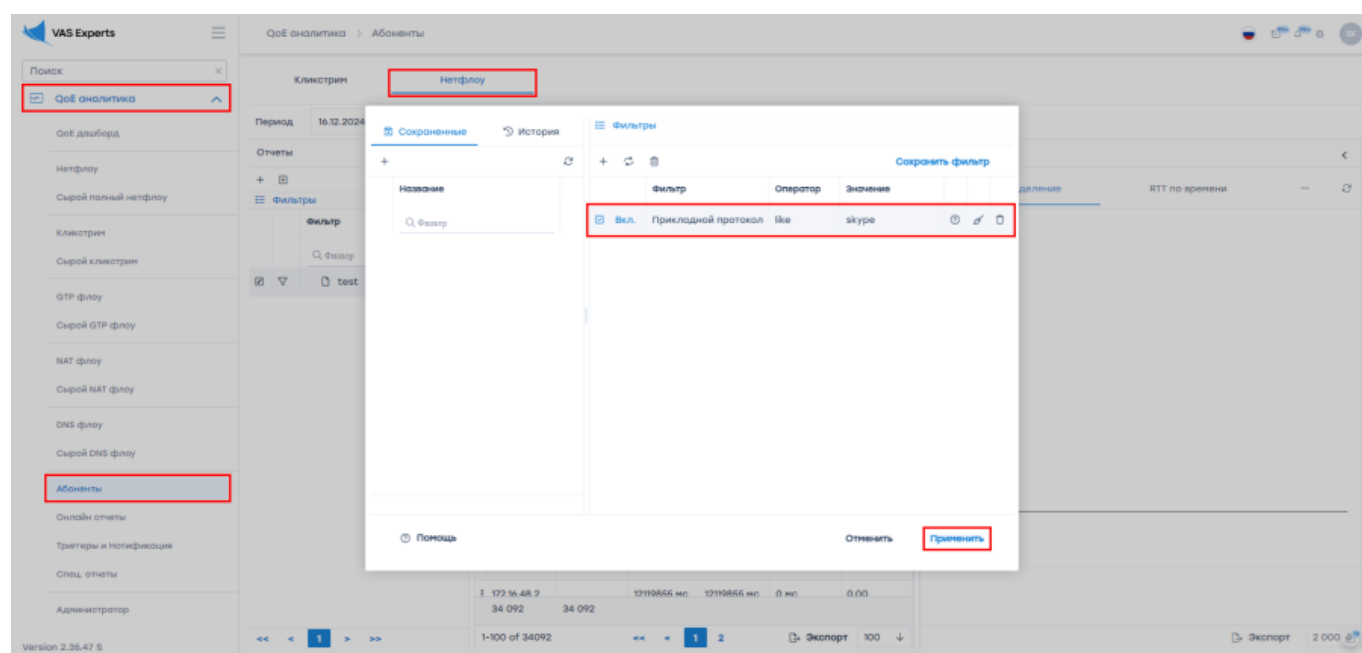


Данный список можно экспортировать и сопоставить со списком высоких скоростей и номиналов тарифов, а также использовать как сегмент для предложения мощных домашних роутеров.

2. Продажа телефонии

Часто оператор связи имеет свою услуга телефонии, которую необходимо продвигать среди абонентов. Собираем сегмент абонентов, которые используют ОТТ сервисы голосовой связи через Интернет. Например, Skype. Для эффективного поиска ставим фильтр по использованию протокола Skype.

Действия:



Данный список можно экспортировать, проанализировать частоту использования телефонии, затем использовать в UpSale клиентов.

СКАТ поддерживает поиск всех популярных голосовых мессенджеров (WhatsApp, Telegram и

пр.). По запросу можем сделать поиск приложения, популярного в Вашей стране.

3. Продажа IPTV или подписок на партнерские видеосервисы

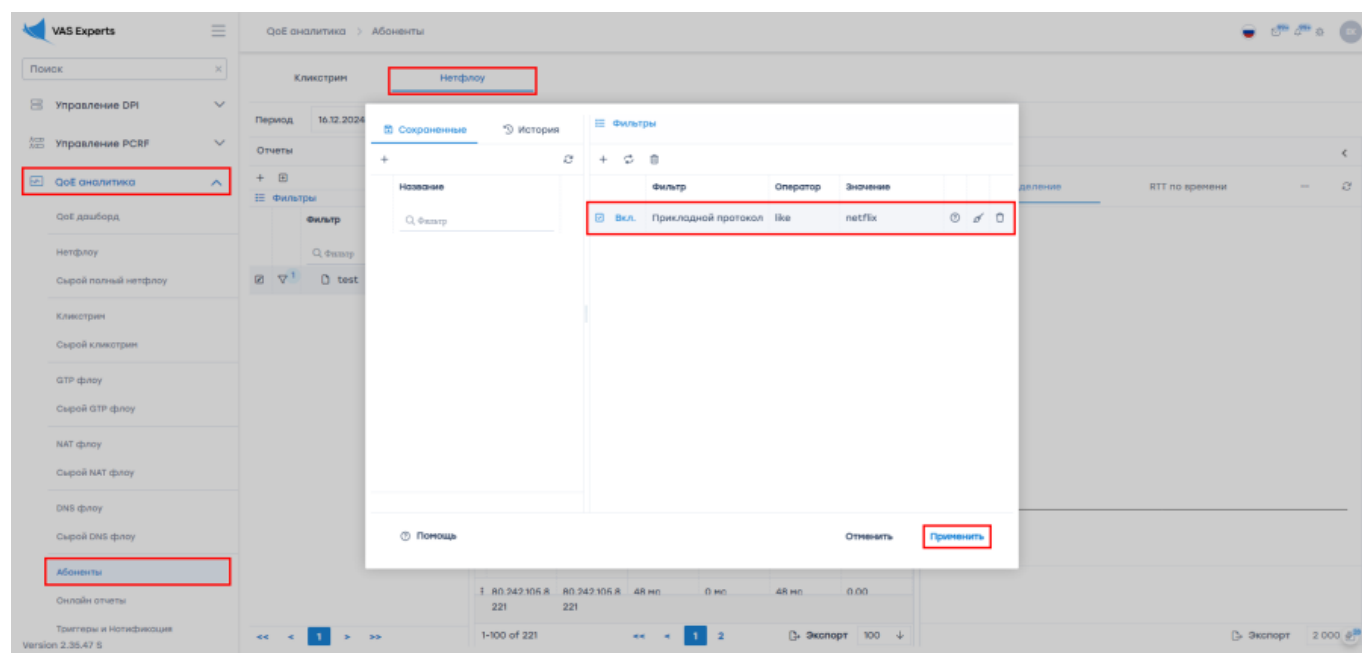
Продавать абонентам телевизионные сервисы легче, если видим его интерес к видеоконтенту и техническую возможность его потреблять (наличие Smart TV).

Приведем несколько примеров сегментации:

Дешевый аналог

Узнаем, что абонент уже пользуется каким-то аналогичным сервисом, чтобы сделать ему хорошее адресное предложение. Рассмотрим на примере сегмента пользователей Netflix (фильтр по нетфлю).

Действия:



Теперь мы знаем всех пользователей Netflix, можно придумывать для них маркетинговые акции. Например:

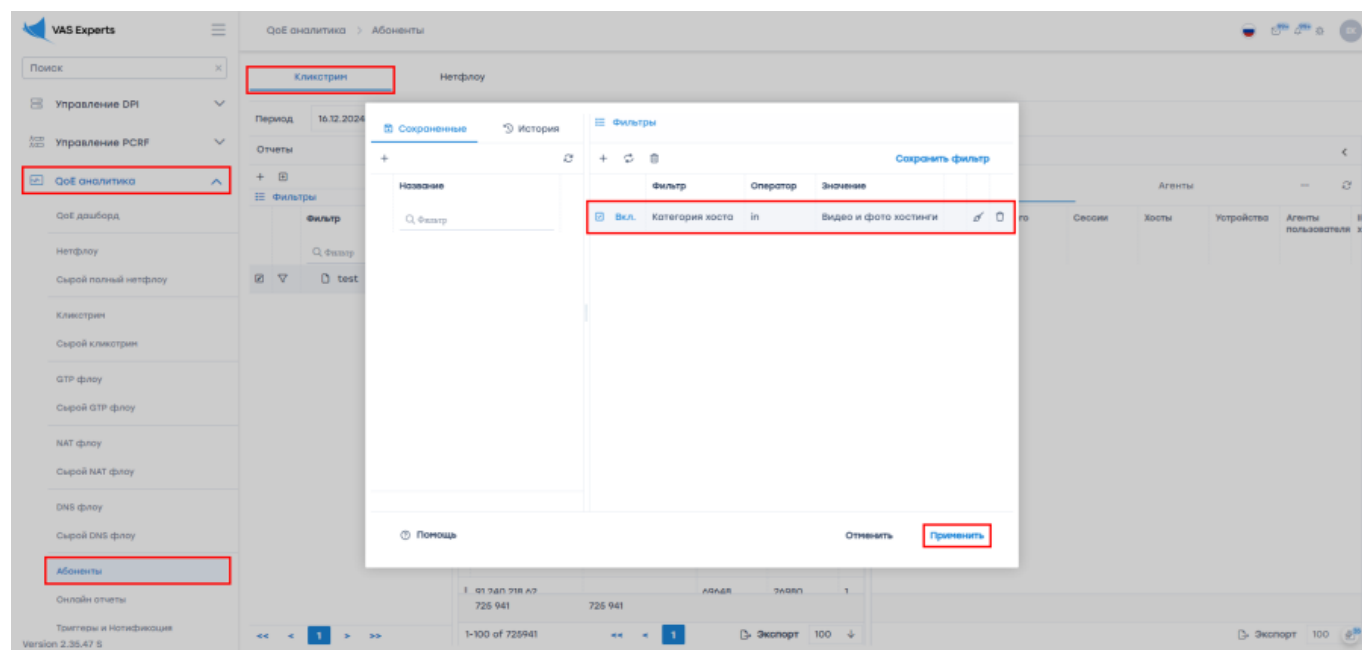
- Заключить с Netflix агентский договор, сделать бандл с сервисами оператора и продавать его сегменту с выгодой для абонента.
- Продвигать среди сегмента аналогичный сервис с меньшей стоимостью.
- Сделать специальный тариф с приоритизацией или безлимитным трафиком для Netflix.

СКАТ поддерживает поиск популярных сервисов (Netflix, Youtube, Facebook_video и пр.). По запросу можем сделать поиск приложения, популярного в Вашей стране.

Активный зритель

Абонент часто смотрит видео на разных сервисах, скорее всего ему легко будет предложить использование нового интересного сервиса. Сегмент строим на основе встроенного категоризатора контента SKAT DPI, выбираем категорию “Видео и фотохостинги”.

Действия:

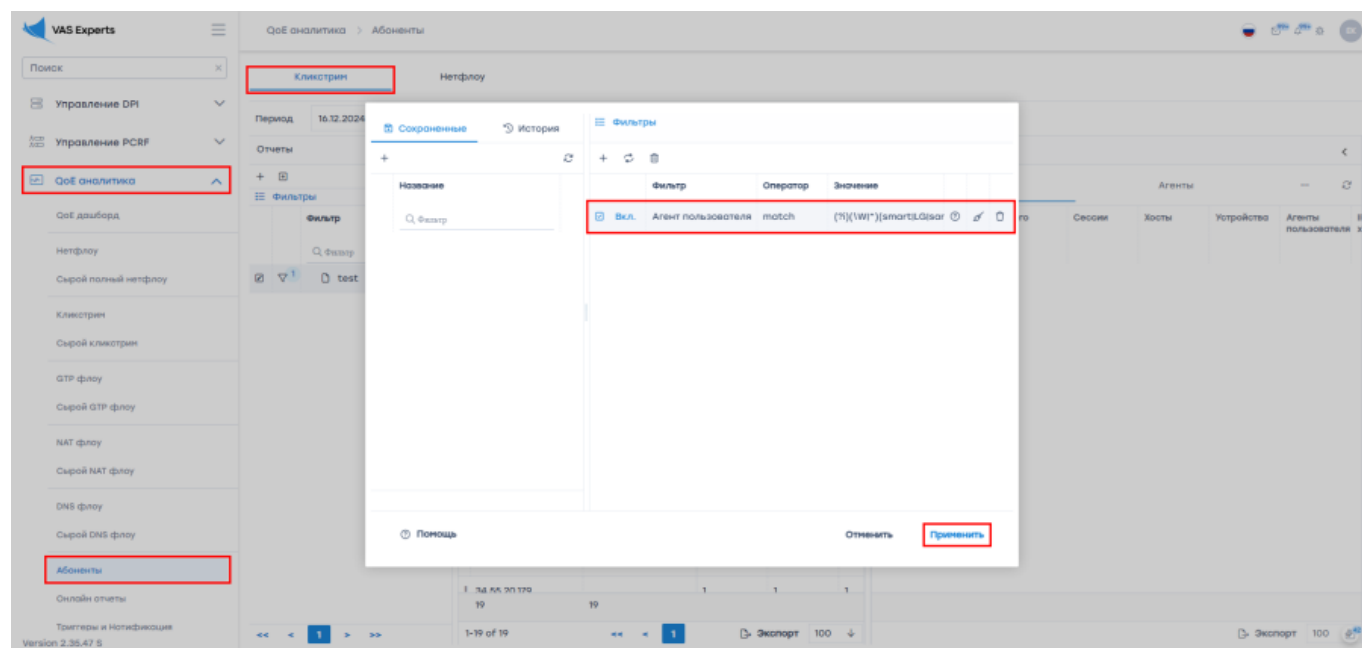


В данном сегменте можно выделять активных пользователей и работать с ними.

Владелец Smart TV

Чаще всего пользователи смотрят видеосервисы через приложения на Smart TV. Выделить данный сегмент поможет фильтр по User agent.

Действия: Для поиска наиболее популярных производителей ТВ рекомендуем использовать фразу для фильтра `(?i)(\W|^)(smart|LG|samsung)(\W|$)`



Так же можно искать подобные сегменты для других устройств - видеонаблюдения, IoT и пр.

4. Партнерство с локальным бизнесом

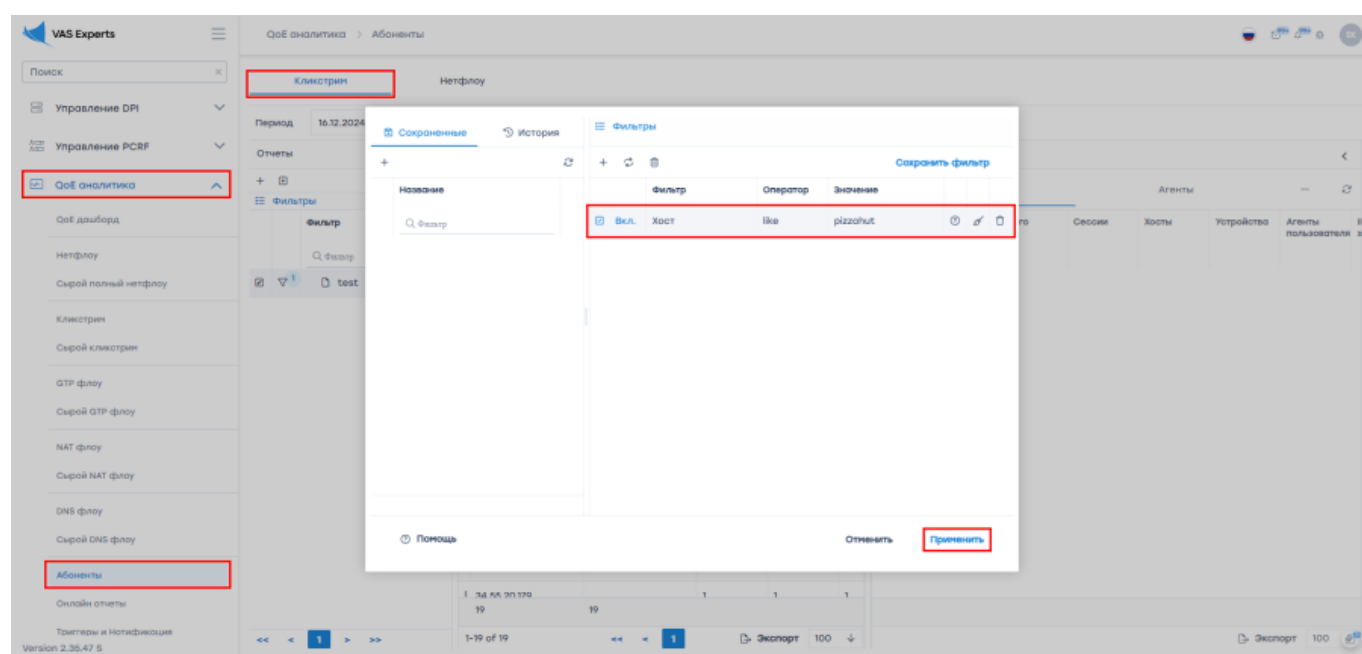
Оператор тесно работает со своими абонентами. В зоне охвата оператора всегда есть популярные локальные бизнесы — пицца, магазины, автосервисы. С помощью простых фильтров в статистике SKAT DPI можно выявить пересечение клиентской базы и создать кобрендинговые маркетинговые акции или программы лояльности.

Рекомендуем составить список хостов потенциальных партнеров и настроить постоянный мониторинг, аналогично списку конкурентов.

Локальные бизнесы получают трафик, а оператор - лояльных клиентов. Для совместного продвижения можно проводить акции, например:

- при оплате 3-х месяцев - Вам скидка на пиццу 50%
- Вы с нами уже 3 года - дарим мойку машины.
- При заказе сета пицц “Интернет” повышаем скорость тарифа до 100 Мбит на следующий месяц.

Действия:



А еще SKAT сможет показать предложение оператора нужному абоненту через редирект на специальный captive portal. Напишите на sales@vas.expert и мы расскажем как это настроить.