

# 基于网间结算大数据 的异网运营商高价值用户精准营销


Precision Marketing of High Value  
Users From Different Network  
Operators Based on Big Data of  
Inter-network Settlement

秦保根(中国联通江西分公司,江西 南昌 330096)  
Qin Baogen(China Unicom Jiangxi Branch, Nanchang 330096, China)

## 摘要:

为实施电信运营商异网用户之精准营销,达到增效降本、提升市场份额之目的,电信运营商网间结算的大数据分析,是可行的有效手段。可对连续若干个月内结算高支出的异网高价值用户,进行针对性营销,可使用无门槛的试用卡、特定优惠资费、特惠手机终端,同时在电信运营商网关局以相应的技术方式予以配合,促成异网电信高价值用户转化为本网新增用户,提高用户的获得感。

## 关键词:

网间高结算;高质客户;精准营销  
doi: 10.12045/j.issn.1007-3043.2019.12.0014  
文章编号: 1007-3043(2019)12-0012-03  
中图分类号: TN914  
文献标识码: A  
开放科学(资源服务)标识码(OSID): 

## Abstract:

In order to implement the precision marketing of different network users of telecommunications operators, achieve the purpose of increasing efficiency and reducing the cost, promote market share, it is a feasible and effective means to analyze the big data analysis of inter-network settlement of telecommunications operators. The high value users of different networks who have settled high expenditures within several consecutive months can be targeted for marketing, Using non-threshold trial cards, specific preferential fees, and preferential mobile phone terminals, and at the same time cooperate with the telecommunication operator gateway bureau in a corresponding technical manner.

## Keywords:

High settlement between networks; High quality customers; Precision marketing

引用格式: 秦保根. 基于网间结算大数据的异网电信运营商高价值用户之精准营销[J]. 邮电设计技术, 2019(12): 71-73.

## 0 前言

电信运营商营销模式多样,而有目标地快速抢夺异网高ARPU值用户,拉动业务收入增长,同时大幅降低电信运营商网间高额的结算成本支出,实施异网高结算支出用户的精准挖掘,是值得推荐的有效营销模式。异网网间高结算支出用户,是潜在的高端用户群体,其一个用户所带来的效益,是发展几个甚至几十个普通用户才能替代的。因此,通过网间结算大数据分析,对“异网高价值的高结算支出用户”进行精准营销很有必要。

## 1 网间结算的异网高价值用户的数据挖掘

### 1.1 异网高价值、高结算用户精准营销的意义

收稿日期: 2019-09-20

异网网间高结算支出的用户,通常均为“三高”用户:高话务量、高流量、高ARPU值的用户,其月通信费套餐消费,一般为其所统计网间结算支出成本的3倍左右。

以某地电信运营商为例(参见1.2节),如以每月网间结算支出前1000名(可根据实际情况,确定用户数,如1500户、2000户、3000户等)的对端移动手机用户及固话用户分析测算,若此类用户策反成功(包括使用一机双号、eSIM卡、携号转网、双模固定网终端等形式),按年计算,该地运营商可节省网间结算支出成本约240万元,新增主营业务收入720万元以上,同时还增加相应的网间结算收入,年效益在千万元以上,且精准增加稳定的高ARPU值用户,提高市场份额。

由此可初步推算:该电信运营商若全国推广此模式,每年可节省网间结算支出约2.67亿元,新增主营业务收入8亿元以上,以及相应的网间结算收入,快速扩

大用户规模。

## 1.2 异网移动网及固定网用户月网间结算情况

### 1.2.1 总体情况

某地电信运营商异网移动网及固定网前1000名高结算支出的用户,其月结算支出金额、平均ARPU值、分城市用户数的统计情况见表1,合计每月网间结算支出约20万元,若实施精准营销,其每月主营业务收入约60万元。

由表1可知:月网间结算支出,异网移动网及固定网合计约20万;其中异网移动用户约为15万、固定网用户约为5万。

表1 某地电信运营商异网移动网及固定网高结算支出用户前1000名的统计

排名	城市	移动网			固定网		
		异网用户数	结算金额/元	户均结算/元	异网用户数	结算金额/元	户均结算/元
1	A	231	33 000	142.9	363	20 500	56.5
2	B	180	26 000	144.4	141	6 100	43.3
3	C	142	20 000	140.8	108	5 100	47.2
4	D	107	15 600	145.8	84	4 050	48.2
5	E	86	11 800	137.2	75	3 200	42.7
6	F	76	10 500	138.2	57	2 400	42.1
7	G	59	8 300	140.7	59	2 400	40.7
8	H	35	5 100	145.7	34	1 800	52.9
9	I	32	4 300	134.4	32	1 600	50.0
10	J	28	4 000	142.9	28	1 400	50.0
11	K	24	3 500	145.8	19	900	47.4
全省		1 000	152 100	142.1	1 000	49 450	49.5

### 1.2.2 前1000名中最高、最低网间结算支出的用户情况

由表2可知异网(含移动网、固定网)网间结算支

表2 异网移动网、固定网前1000名中最高、最低网间结算的用户情况

异网移动网					异网固定网				
城市	排名	过网号码	所属运营商	结算金额/元	城市	排名	过网号码	所属运营商	结算金额/元
A	1	15*****18	甲运营商	-619	A	1	8*****00	甲运营商	-507
F	2	18*****22	甲运营商	-617	A	2	8*****22	乙运营商	-464
B	3	13*****98	乙运营商	-502	A	3	8*****54	乙运营商	-417
C	4	13*****05	甲运营商	-418	A	4	8*****32	甲运营商	-336
C	5	18*****15	甲运营商	-370	B	5	*****22	乙运营商	-312
C	996	15*****09	乙运营商	-101	B	996	*****27	甲运营商	-30
G	997	15*****34	乙运营商	-101	C	997	*****11	乙运营商	-30
A	998	15*****66	乙运营商	-101	A	998	8*****32	乙运营商	-30
B	999	15*****53	甲运营商	-101	C	999	*****53	甲运营商	-30
C	1 000	15*****73	甲运营商	-101	B	1 000	*****60	乙运营商	-30

出,两网用户最高的达到约600元;最低的,移动网在100元以上、固定网在30元以上。

这些用户,同时是高ARPU值用户(提高收入3倍,约60万),是本网电信运营商进行用户精准营销的重点对象。

## 2 精准营销的策略建议

### 2.1 满足用户的要求

a) 呼入:保证正常接听,不改号。

b) 呼出:给用户实惠的前期免费体验,后期的资费折扣,以及合约套餐的特惠或免费送手机。

c) 方便:双卡手机终端占领第二卡槽,单卡手机终端可通过eSIM空中入网。

### 2.2 销售策略建议

精准释放营销成本,通过触点拓展,提升用户获取能力,大力扩大新增用户规模。

#### 2.2.1 营销人员的奖励

可通过电话营销,告知用户到本运营商自有营业厅办理,签订相关协议后,在不改变原有号码(包括携号转网)使用的前提下,由本运营商在后台绑定号码,完成入网。

此外,也可筛选网间通话密切的异网用户,作为重点营销对象,策动本网与之通信密切的用户进行营销,促成为电信运营商的“梦享合伙人”。若策反成功,建议给予一次性发展奖和被策反用户在网按月提成奖。一次性发展奖,可在发展成功1~3个月后,按所节省的1~3个月网间结算支出给予奖励;被策反用户在网奖励,可基于现网用户维系成本按月提成1~2年。由此,既稳定地节省网间结算成本,又持续地增加业务收入,提升市场份额。

### 2.2.2 异网高结算支出的移动网用户优惠

对于犹豫期的用户,可根据每月用户不同的网间结算支出额度,赠送1~3个月的免费试用卡,如给予每月100~500 min通话、1~5 GB全国流量。

对于可立即入网的用户,可根据每月用户不同的网间结算支出额度,以及合约周期(1~2年),免费送手机(参考标准见表3),手机可以是单卡或双卡(建议使用eSIM卡模式)。

表3 不同网间结算支出额度对应的合约期及赠送手机价款

机型	赠送手机价款/元	月网间结算金额/元	合约期/年	选配套餐
某品牌手机1	约1 000	50~100	1~2	可选电信运营商现有套餐,也可选用自由消费套餐,如:按通通话量及上网流量,阶梯式优惠计费的新套餐
某品牌手机2	约2 000	101~200		
某品牌手机3	约3 000	201~300		
某品牌手机4	约4 000	301~400		
某品牌手机5	约5 000	401~500		
某品牌手机6	约6 000	>500		

对于非携号转网的用户,需由用户承诺,愿意将本网内呼叫该用户原异网移动号码的通信,设置转呼到现使用的本网移动号码上(具体实施方案见2.3节)。

低档网间结算用户,可以补加差价购买高档用户对应的手机;高档网间结算用户,可以直接选低档网间结算用户对应的手机。

用户可选己方电信运营商现有套餐,也可选用新的自由消费套餐,如按通通话量及上网流量,阶梯式优惠计费的新套餐。

建议异网用户使用eSIM卡的快捷入网模式,尤其是苹果单卡手机,只需要手机带ese或tee的模块即可,2016年以后的手机几乎都可满足。本网电信运营商为该用户提供空中写号服务,以实施“eSIM一终端多号”,摒弃原实体SIM卡,营造节约型社会。此外,eSIM卡还可以防伪基站,这是目前其他任何实体卡形式的SIM卡无法比拟的。电信三大运营商谁能率先提供该服务,显然谁就可吸引到更多的用户群,有效提高服务品质,提升市场份额。

### 2.2.3 异网高结算支出的固定网用户优惠

免费送一号通话机,实现有线/无线双通道的“双模”固话,其有线接原电信运营商固话连线,无线接己方电信运营商SIM卡或eSIM话机;也在己方电信运营商可供有线资源的地方,双有线接入,包括IMS或软交换的IAD话机。

用户承诺,愿意将本网内呼叫该用户原异网固定

电话号码的通信,设置转呼到现使用的本网固定电话号码上(具体实施方案见2.3节)。

### 2.3 网络实现的技术方案

可以通过本网软交换及IMS的SIP协议,或七号信令的智能网,实现本网用户呼叫原异网用户号码时,经过本网疏通,避免网间话务的接续,节省网间结算成本的支出(见图1)。

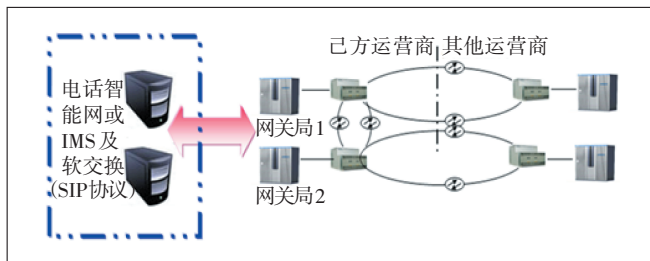


图1 通过软交换或IMS的SIP协议及智能网实现的技术方案

## 3 结束语

电信运营商网间结算大数据分析,挖掘高价值客户大有可为,通过筛选出高结算网间支出的用户,实施“千人千面”的营销政策、精准的成本释放、“梦享合伙人”的策动,以及相应的网络配套方案,达到增加己方电信运营商的主营业务收入、降低网间结算成本、提升市场份额之目的。此外,eSIM卡的大力推广使用,既方便用户,又可打造节约型社会、防范伪基站的诈骗及骚扰。

### 参考文献:

- [1] 孙洁. 电信结算现状及前景分析[J]. 通信与信息技术, 2018(4): 70-71, 55.
- [2] 沈红文. 浅谈吉林电信综合结算系统的演进及发展[J]. 才智, 2017(32): 248-250.
- [3] 杨柳. 网间结算系统改造方案的设计与实现[J]. 广西通信技术, 2017(4): 34-36, 43.
- [4] 樊树兴. 电信运营商网间结算财务监管应采取的措施[J]. 财务与会计, 2017(20): 52-53.
- [5] 陈黎娟. 探究电信网间互联互通相关问题[J]. 数字通信世界, 2017(4): 120-121.

### 作者简介:

秦保根,毕业于南京邮电学院,江西联通高级经理,高级工程师,享受国务院特殊津贴,主要从事电信运营商网间结算及市场营销工作。

