

# Analisa Pengaruh Customer Value Management (CVM) Menggunakan Machine Learning Terhadap Peningkatan Pembelian Paket Selular Telkomsel. Studi Kasus: PT Telkomsel = Analysis of the impact of Customer Value Management (CVM) on increasing Cellular Packet Telkomsel. Study Case: PT Telkomsel

Indra Syahputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529009&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Pelanggan mungkin menerima produk yang tidak sesuai, yang meningkatkan risiko mereka pergi dan tidak melakukan pembelian jika mereka tidak puas dengan produk tersebut. Saat ini, pelanggan sangat menginginkan penawaran yang sesuai dengan profil perilaku mereka. Studi tentang program Customer Value Management (CVM) ini menggunakan data transaksi untuk memprediksi perilaku pelanggan dan memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi untuk kombinasi produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Fenomena ini telah digunakan oleh banyak strategi penawaran untuk menciptakan penawaran personal yang paling signifikan. Pada artikel ini, kami memberikan cara memahami manajemen nilai pelanggan melalui perilaku pelanggan di industri seluler. Berdasarkan data transaksi pelanggan selama tiga bulan yang melibatkan 5,7 juta data pelanggan pada operator seluler di Indonesia, menunjukkan perilaku pelanggan yang menggambarkan kecenderungan perilaku pembelian. Menariknya, perilaku ini menunjukkan bahwa manajemen nilai pelanggan berdampak signifikan terhadap peningkatan pembelian layanan.

.....Customers may receive products that do not conform, which increases their risk of walking away and not making a purchase if they are dissatisfied with the product. Today, customers are hungry for offers that match their behavior profile. This study about Customer Value Management (CVM) program uses transaction data to predict customer behavior and provide personalized recommendations for product combinations that meet their needs. This phenomenon has been used by many offering strategies to create the most significant personalized offerings. In this article, we provide how to understand the customer value of management through customer behavior in the cellular industry. Based on three months of customer transaction data involving 5.7 million subscribers' data on cellular operators in Indonesia, it shows customer behavior that depicts propensity of buying behavior. Interestingly, this behavior indicates that customer value management significantly impacts the increasing purchase of services.