

Анализ оттока клиентов банка "Метанпромбанк"

Цели и задачи проекта

Цель проекта:

- Изучить пользователей банка и сформулировать рекомендации отделу маркетинга по возврату ушедших клиентов и удержанию тех, кто находится в “зоне риска” и склонны к уходу.

Задачи проекта:

- Определить все значимые признаки отточности (интервалы значений характеристик, которые связаны с повышенным оттоком клиентов).
- Сравнить портреты типичных клиентов, которые склонны и не склонны уходить из банка.
- Провести статистический анализ данных.
- Сформировать сегменты клиентов, склонных к уходу, отобрать из них лучшие и самые компактные и дать по ним рекомендации.

Источник данных: внутренние данные о клиентах банка.

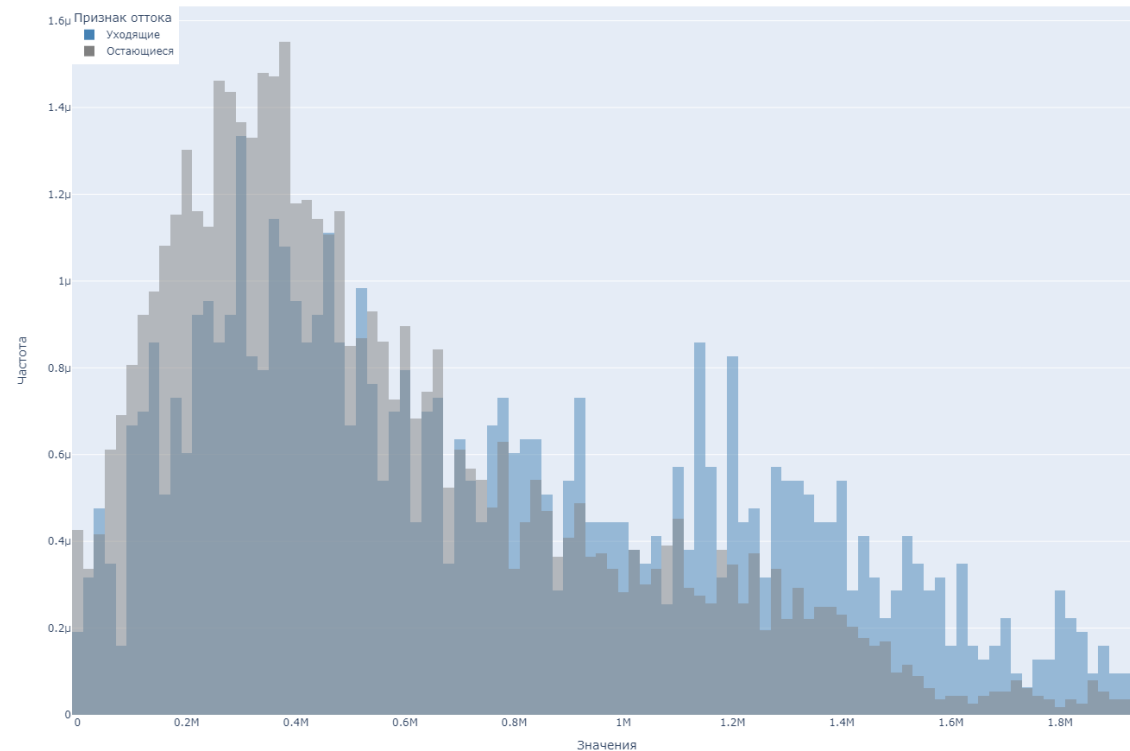
Общие выводы по исследованию.

Сегменты клиентов, склонных к уходу.

- Клиенты с количеством продуктов **4 и более**.
Размер сегмента: **478**; средний процент оттока: **61,9%**; уходящих клиентов: **296**; остающихся клиентов: **182**.
- Мужчины с баллом собственности **5**, проявлявшие **активность** в последнее время.
Размер сегмента: **482**; средний процент оттока: **52,1%**; уходящих клиентов: **251**; остающихся клиентов: **231**.
- Клиенты с балансом **1,1 - 2 млн**, проявлявшие **активность** в последнее время.
Размер сегмента: **612**; средний процент оттока: **51%**; уходящих клиентов: **312**; остающихся клиентов: **300**.
- Клиенты с баллом кредитного скоринга **850-890**, проявлявшие **активность** в последнее время.
Размер сегмента: **1003**; средний процент оттока: **46%**; уходящих клиентов: **461**; остающихся клиентов: **542**.

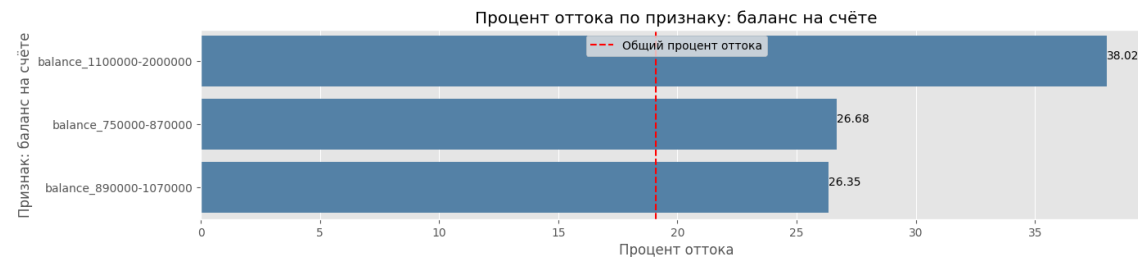
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по уровню баланса (обычные клиенты)

Распределение значений баланса уходящих и остающихся клиентов с обычным балансом



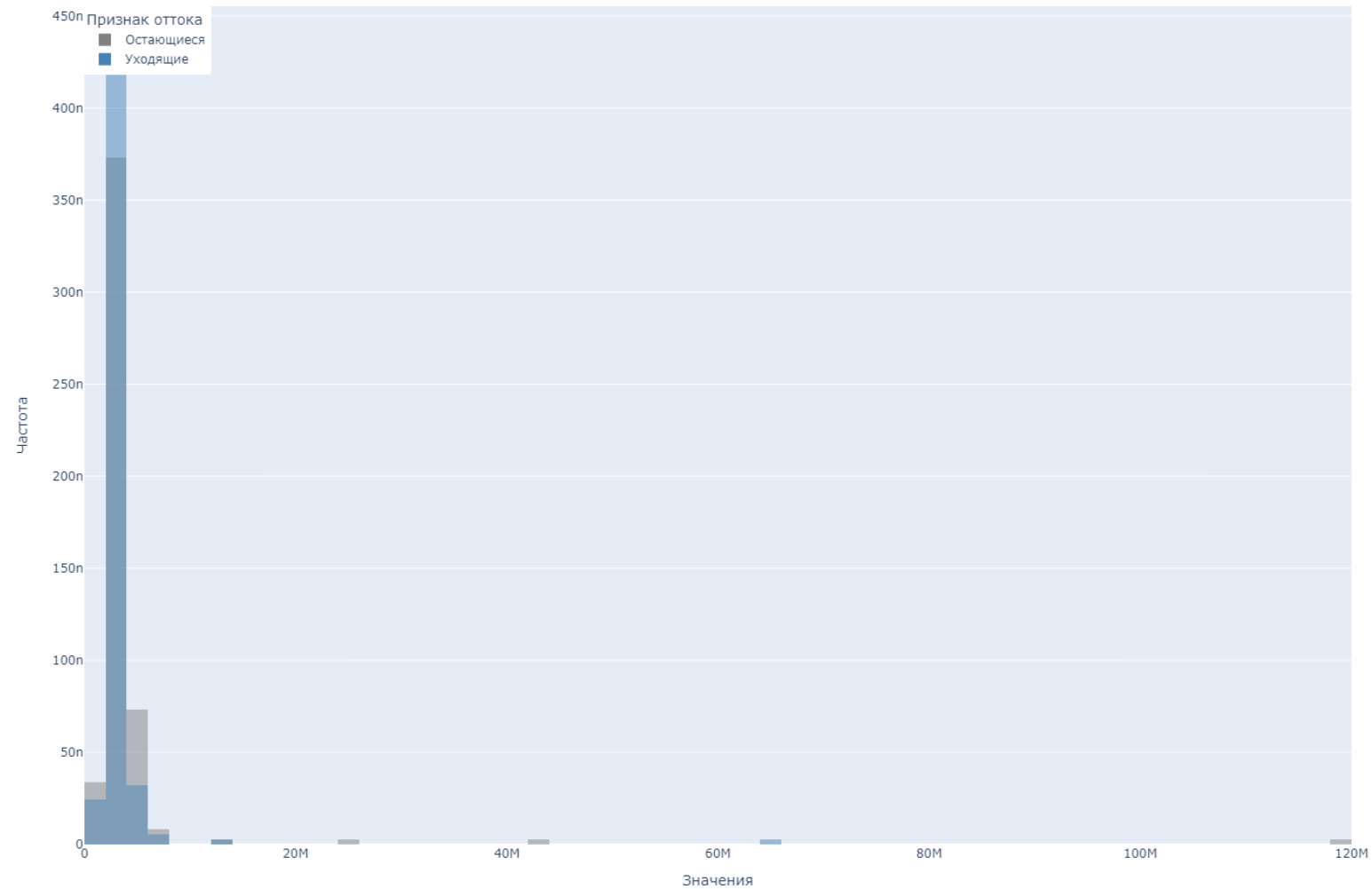
Можно выделить следующие достаточно большие сегменты с повышенным оттоком клиентов:

- клиенты с балансом 750000-870000;
- клиенты с балансом 890000 - 1,07 млн;
- клиенты с балансом 1,1 млн - 2 млн.



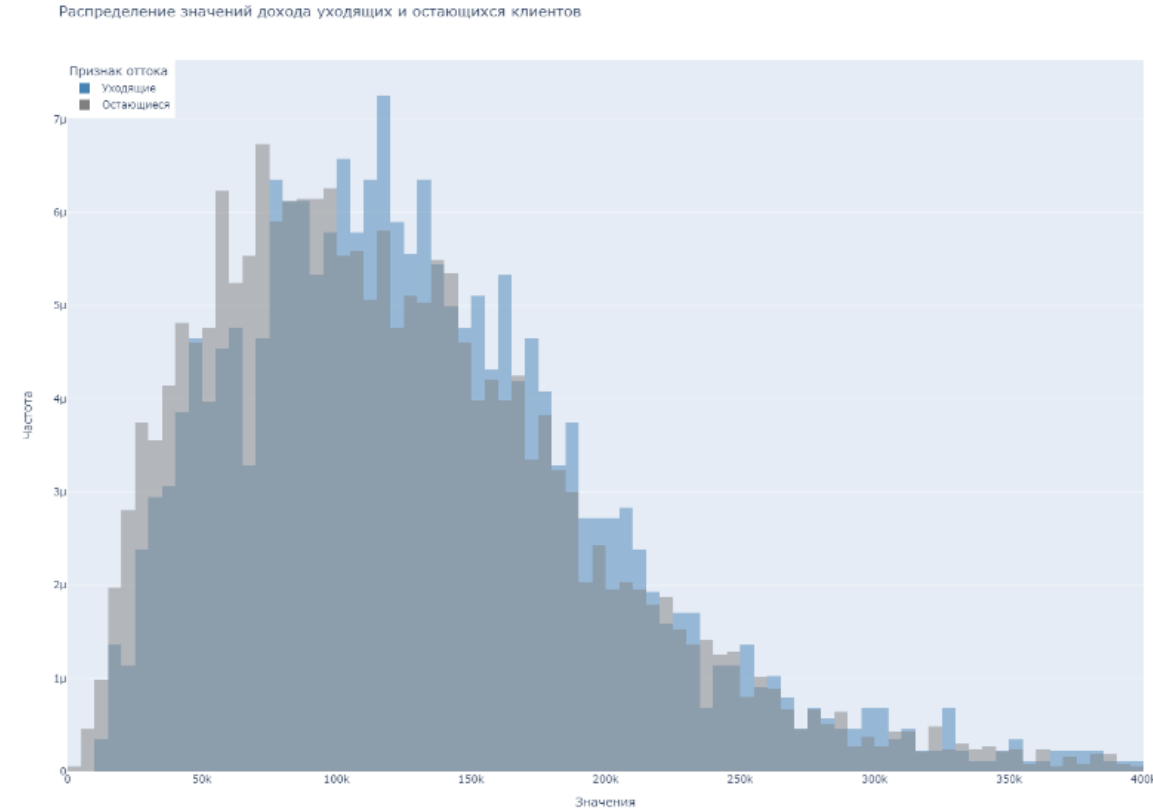
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по уровню баланса (клиенты с аномально высоким балансом)

Распределение значений баланса уходящих и остающихся клиентов с высоким балансом



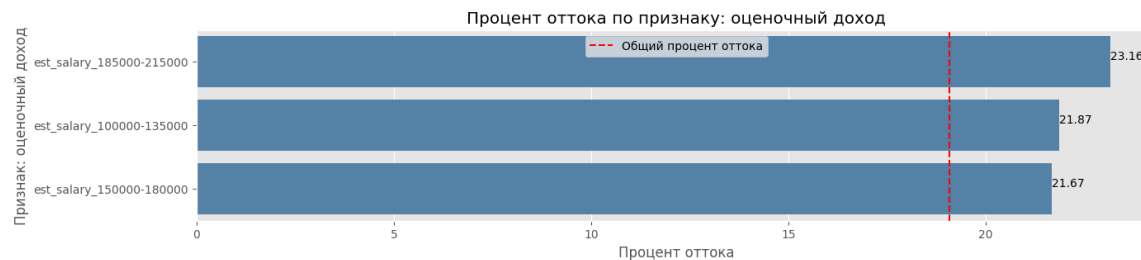
Сегментов значимого размера нет

Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по уровню дохода

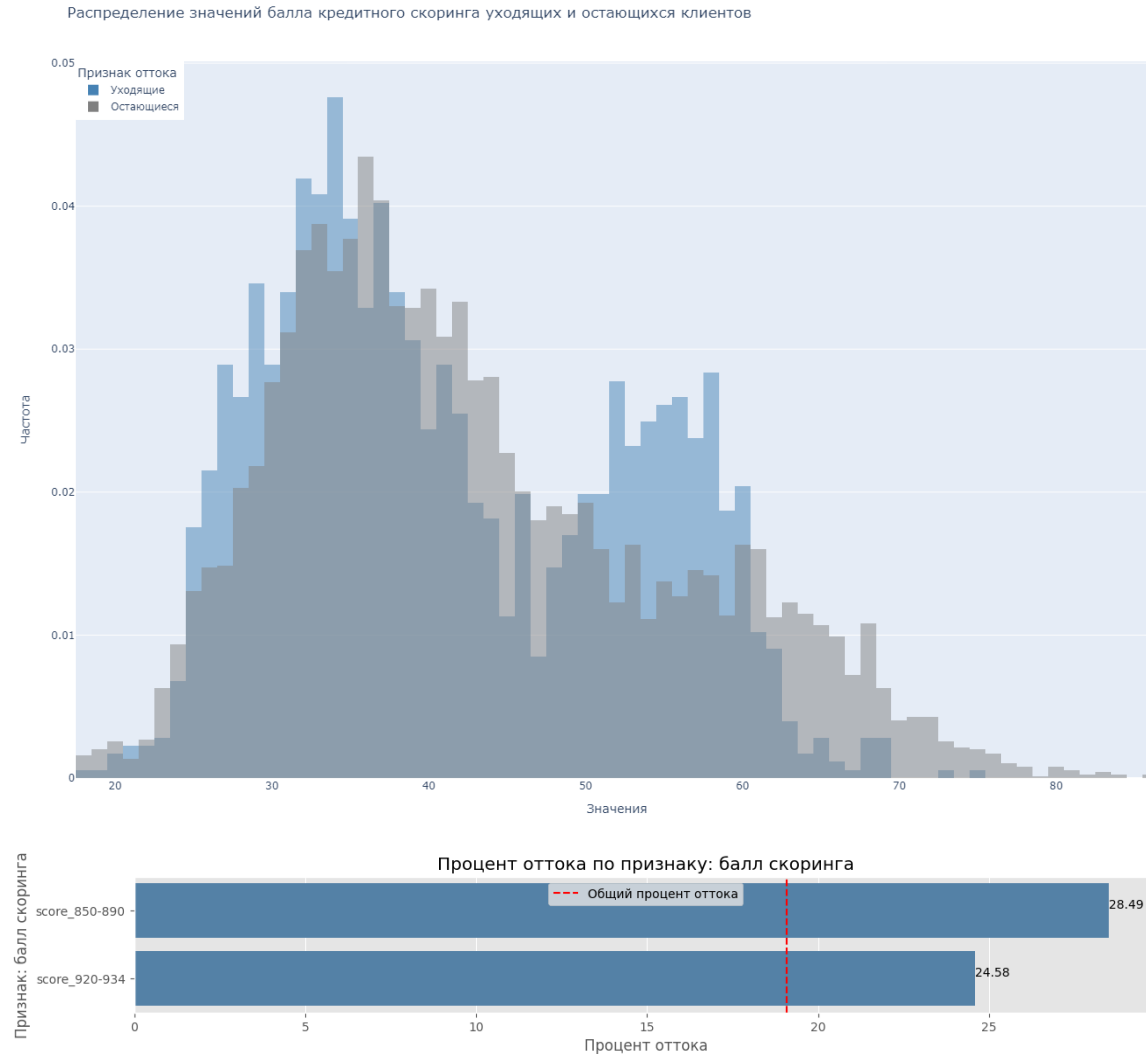


Можно выделить следующие достаточно большие сегменты с повышенным оттоком клиентов:

- клиенты с доходом 100000 - 135000;
- клиенты с доходом 150000 - 180000;
- клиенты с доходом 185000 - 215000.

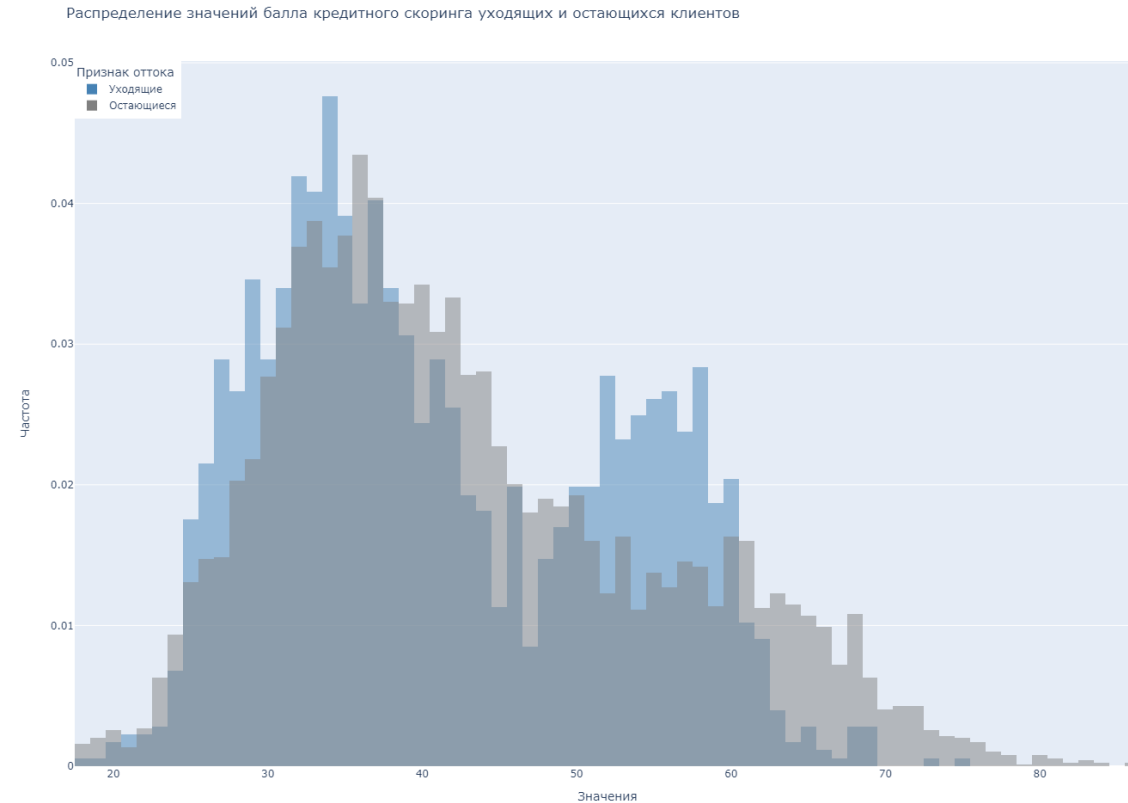


Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по баллу кредитного скоринга



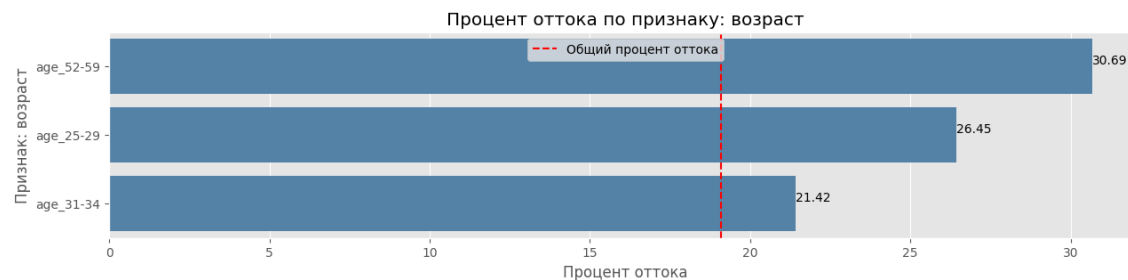
Можно выделить интервал баллов кредитного скоринга 850-890.

Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по возрасту

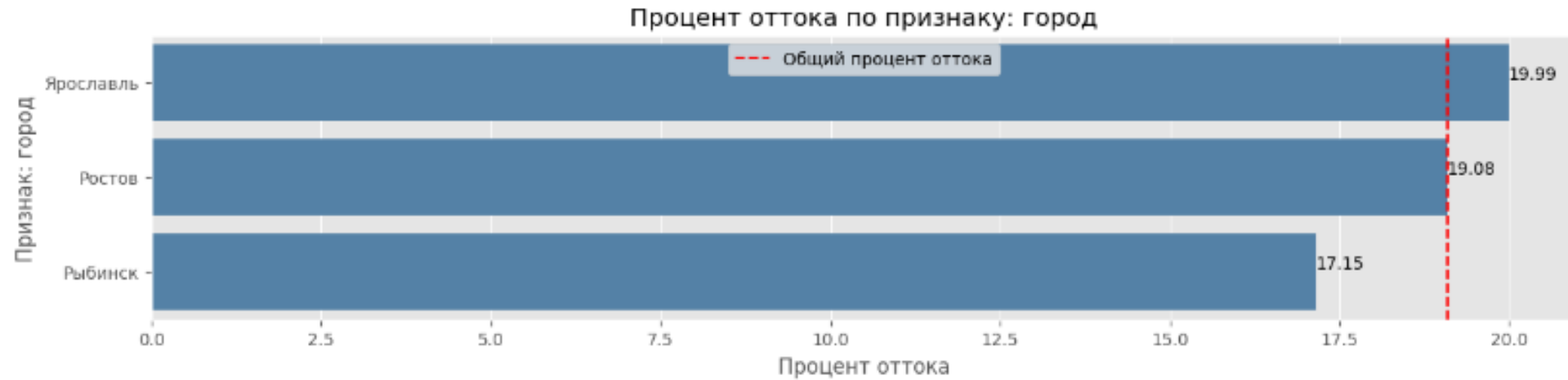


Можно выделить следующие достаточно большие сегменты с повышенным оттоком клиентов:

- клиенты в возрасте 25-29 лет;
- клиенты в возрасте 31-34 лет;
- клиенты в возрасте 51-60 лет.



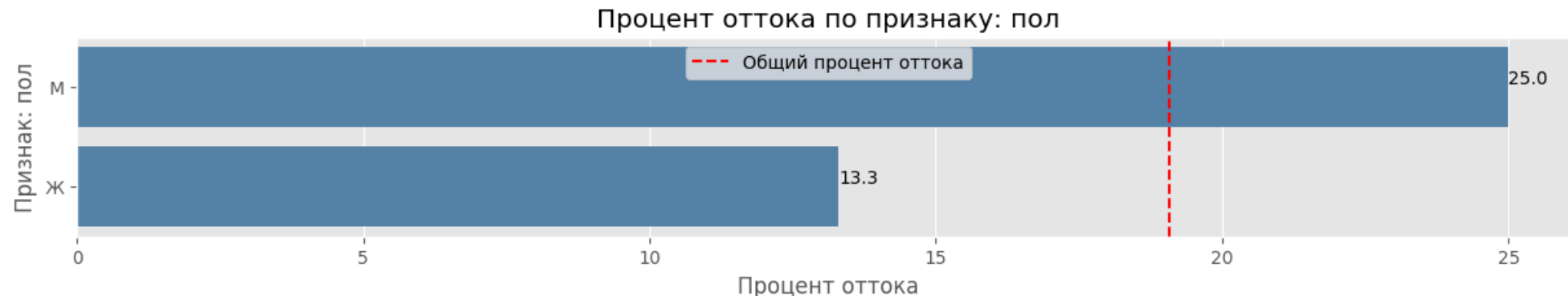
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по городу



Город проживания слабо влияет на отток клиентов.

Средний процент уходящих клиентов несколько ниже среди клиентов из Рыбинска, равный общему в Ростове, выше - в Ярославле, но отличие от среднего значения невелико.

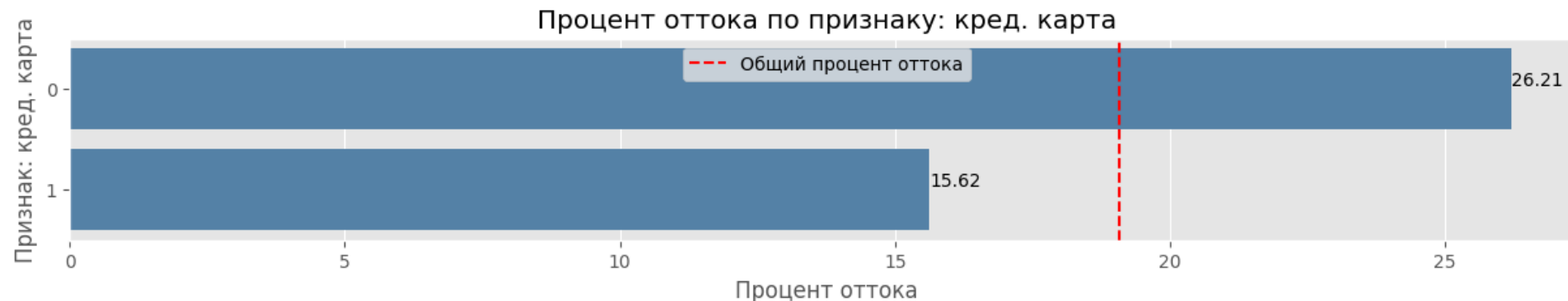
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по полу



Признак «пол» существенно влияет на отток клиентов: процент уходящих клиентов среди мужчин почти вдвое выше, чем среди женщин.

Тем не менее, процент уходящих клиентов среди мужчин всего на 31% выше, чем общий показатель по датасету.

Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по наличию кредитной карты



Наличие и отсутствие кредитной карты значительно связано с оттоком клиентов.

Среди клиентов с кредитной картой значительно меньше уходящих, но их средний процент оттока всего на 37,3% выше, чем у клиентов с кредитной картой.

Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по признаку активности в последнее время



Признак «активность за последнее время» существенно влияет на отток клиентов: средний процент уходящих клиентов среди активных клиентов вдовое превышает показатель для клиентов без признака.

Тем не менее, средний процент уходящих клиентов среди активных всего на 33,9% выше, общий показатель по датасету.

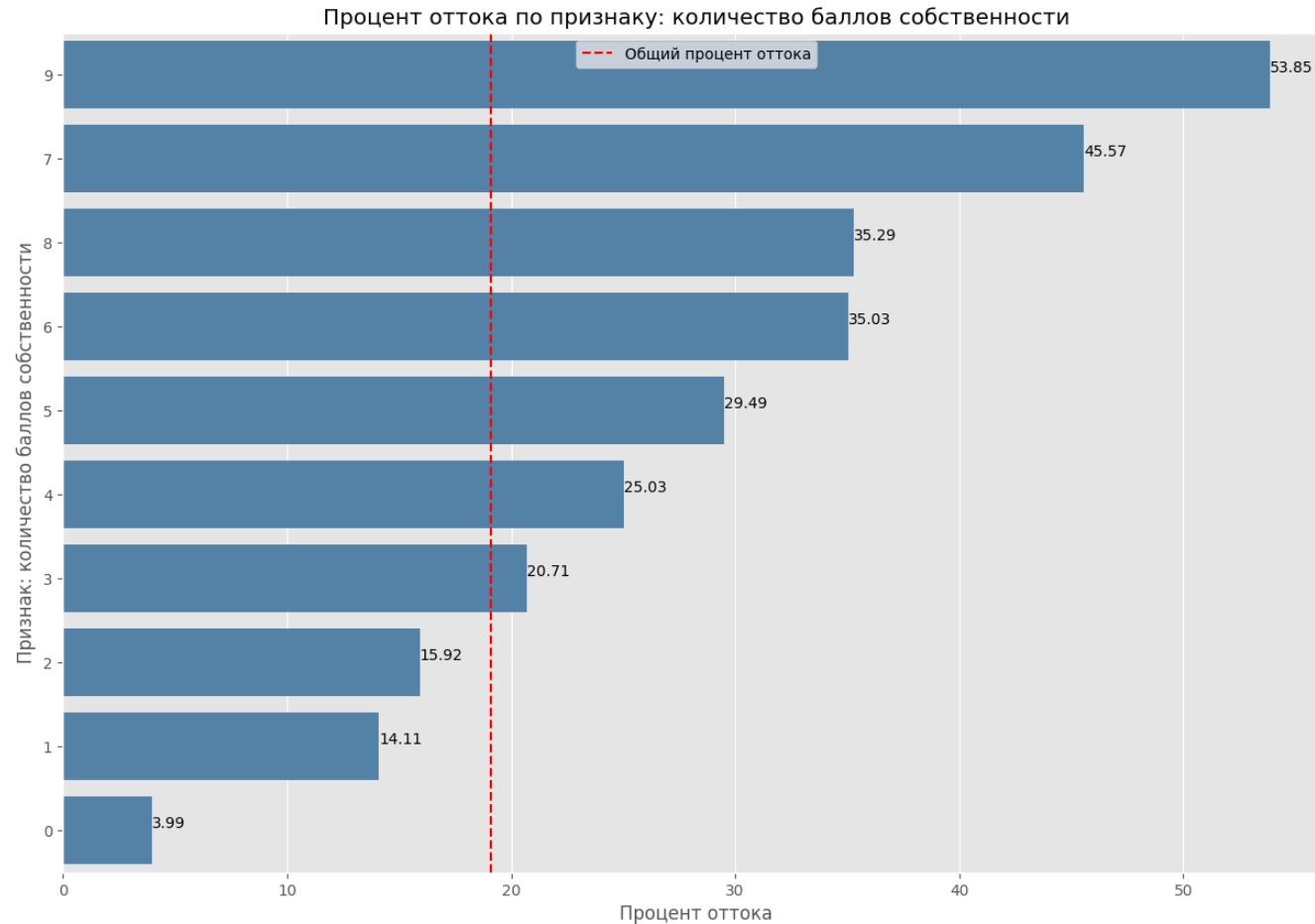
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по количеству продуктов



Отток клиентов зависит от числа продуктов. Чем больше у клиентов продуктов, тем выше среди них процент оттока. Процент оттока среди клиентов:

- с количеством продуктов 3 на 52% выше среднего;
- с количеством продуктов 4 на 228% выше среднего;
- с количеством продуктов 5 на 120% выше среднего; однако таких клиентов всего 19, имеет смысл объединить их с клиентами из предыдущего интервала.

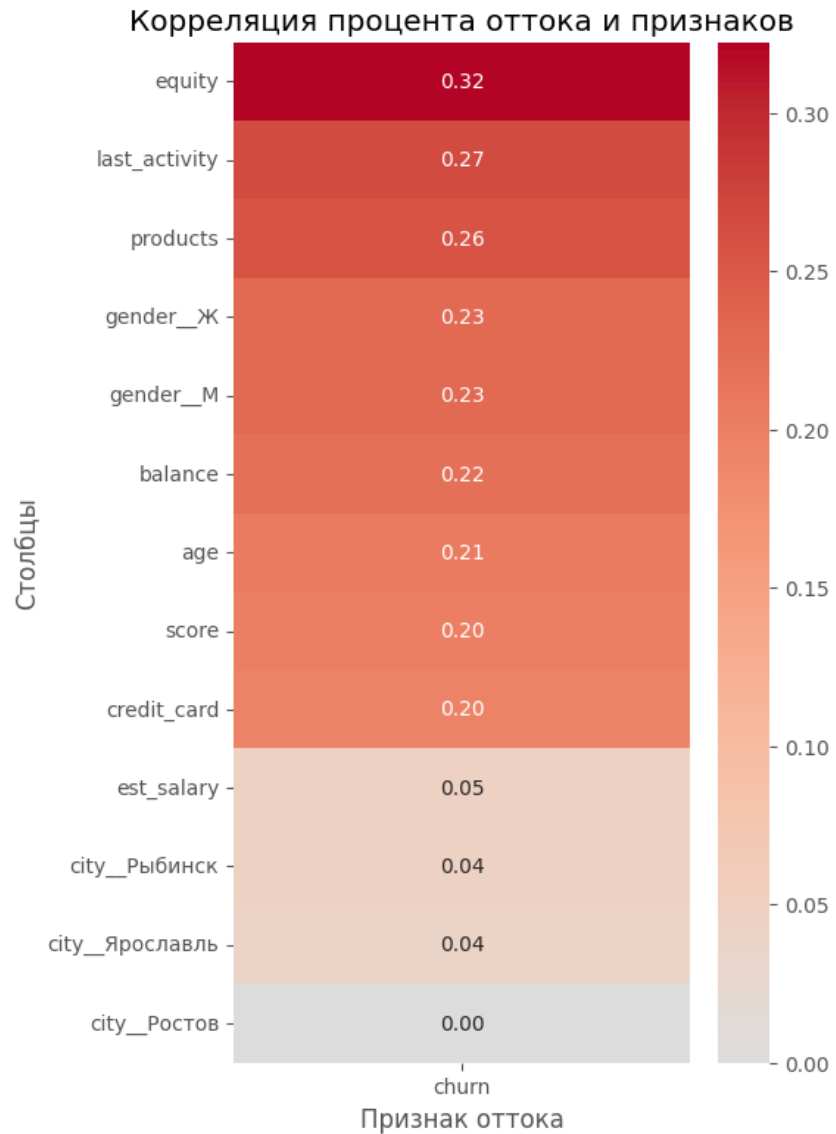
Сравнение распределения процента уходящих и остающихся клиентов по количеству баллов собственности



Отток клиентов зависит от балла собственности. Чем выше балл собственности у клиентов, тем выше среди них процент оттока. Можно выделить следующие категории клиентов с высоким оттоком:

- клиенты с баллом собственности 5: процент оттока на 54,5% выше среднего;
- клиенты с баллом собственности 6 и более: процент оттока выше среднего 83,6%-182,1%, сегменты малочисленные, имеет смысл объединить их в один.

Корреляция процента оттока с признаками клиентов



Нет достаточно сильной взаимосвязи между признаком оттока и значениями переменных.

Резюме и рекомендации для отдела маркетинга

1. Клиенты с количеством продуктов 4 и более.

Запустить программу лояльности: при наличии у клиентов 4 продуктов банка и более снизить для них стоимость обслуживания продуктов и предложить продукты на более выгодных условиях (например, вклады с повышенной ставкой и кредиты с пониженной ставкой).

2. Мужчины с баллом собственности 5, проявлявшие активность в последнее время.

Предложить таким клиентам программы страхования объектов собственности (недвижимость, автомобили, вклады и т.д.) на более выгодных условиях.

Предложить таким клиентам кредиты под залог имущества по сниженной ставке.

3. Клиенты с балансом 1,1 - 2 млн, проявлявшие активность в последнее время.

Запустить программу лояльности: при балансе средств выше определённого порога присваивать клиентам особый статус, позволяющий приобретать особые, разработанные специально для них продукты банка: вклады с повышенной ставкой и кредиты с пониженной ставкой, льготные условия страхования вкладов.

4. Клиенты с баллом кредитного скоринга 850-890, проявлявшие активность в последнее время.

Устроить акцию: клиентам с кредитным скорингом выше 850 снизить ставку по кредитам и/или предложить программы льготного кредитования и реструктуризации задолженности.