



# АНАЛИЗ ОТТОКА КЛИЕНТОВ БАНКА «МЕТАНПРОМ»

ПРОВЕДЕНО НА ОСНОВЕ ДАННЫХ ФИЛИАЛОВ В ЯРОСЛАВЛЕ,  
РОСТОВЕ ВЕЛИКОМ И РЫБИНСКЕ

ДАТА ИССЛЕДОВАНИЯ: 28 ЯНВАРЯ 2025 ГОДА

АВТОР: АЛЕКСАНДР СЛОБОДСКОЙ



# РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Портрет типичного клиента, склонного к отказу от услуг банка:**

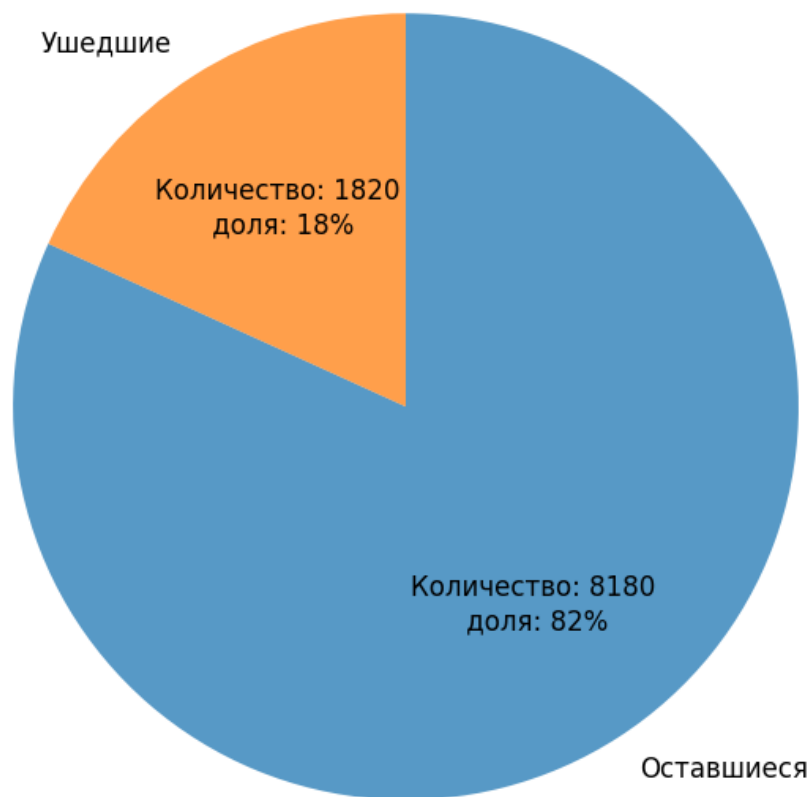
- С балансом на счете от **1,2** до **4** млн руб.
- Активно пользуется услугами банка
- Чаще мужчина, чем женщина
- Используемый от **3** до **5** продуктов банка
- Не имеет кредитной карты
- С доходом от **100 до 200** тыс руб.

**Топ-3 высокоотточных сегментов:**

- Активные клиенты с балансом на счете от **1,2** до **4** млн руб.
- Мужчины с балансом от **1,2** до **4** млн руб.
- Мужчины, использующие от **3** до **5** банковских продуктов

# УШЕДШИЕ И ОСТАВШИЕСЯ: ВЕСЬ БАНК

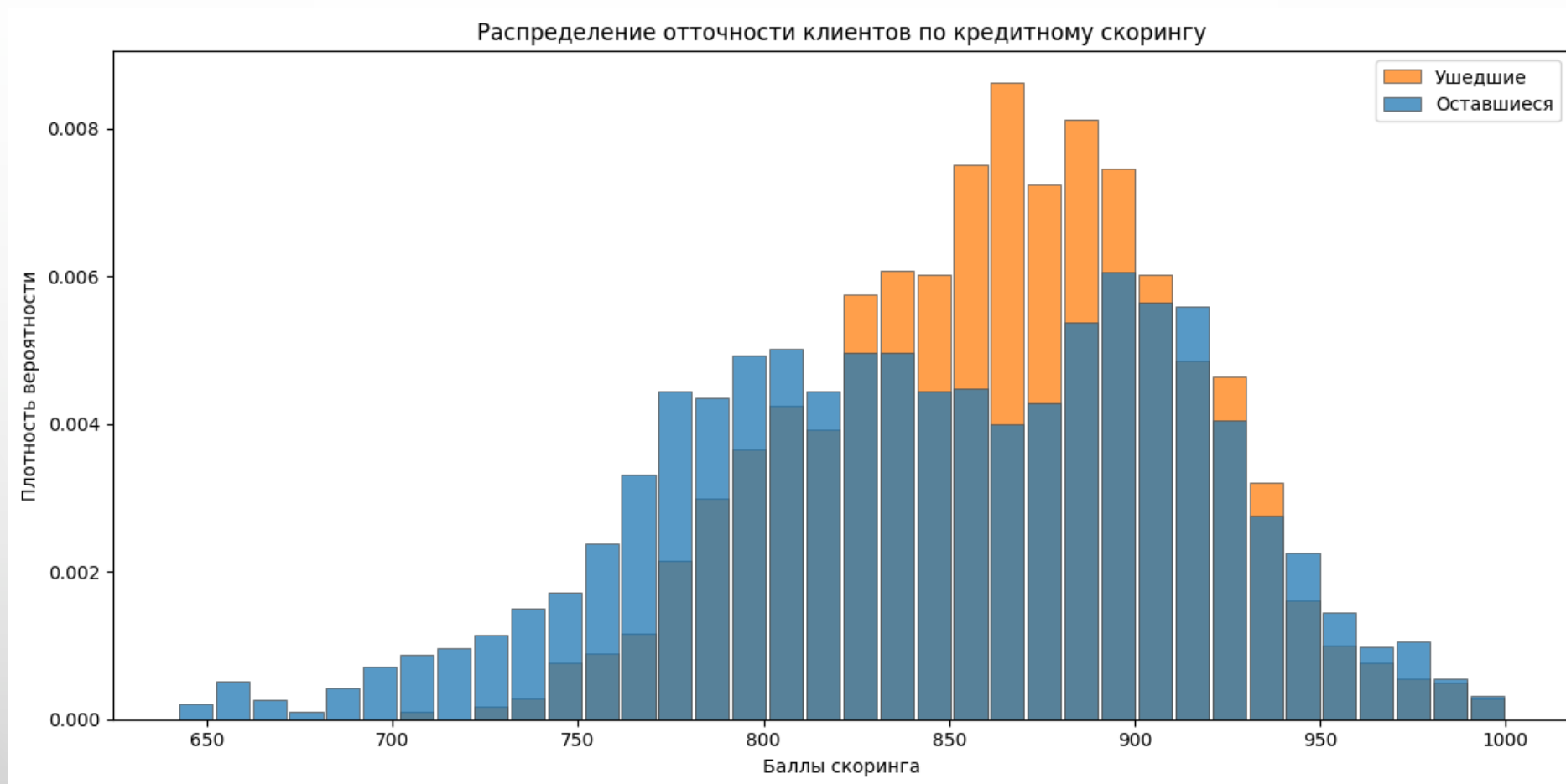
Соотношение ушедших и оставшихся клиентов



Оставшихся клиентов: **82%**

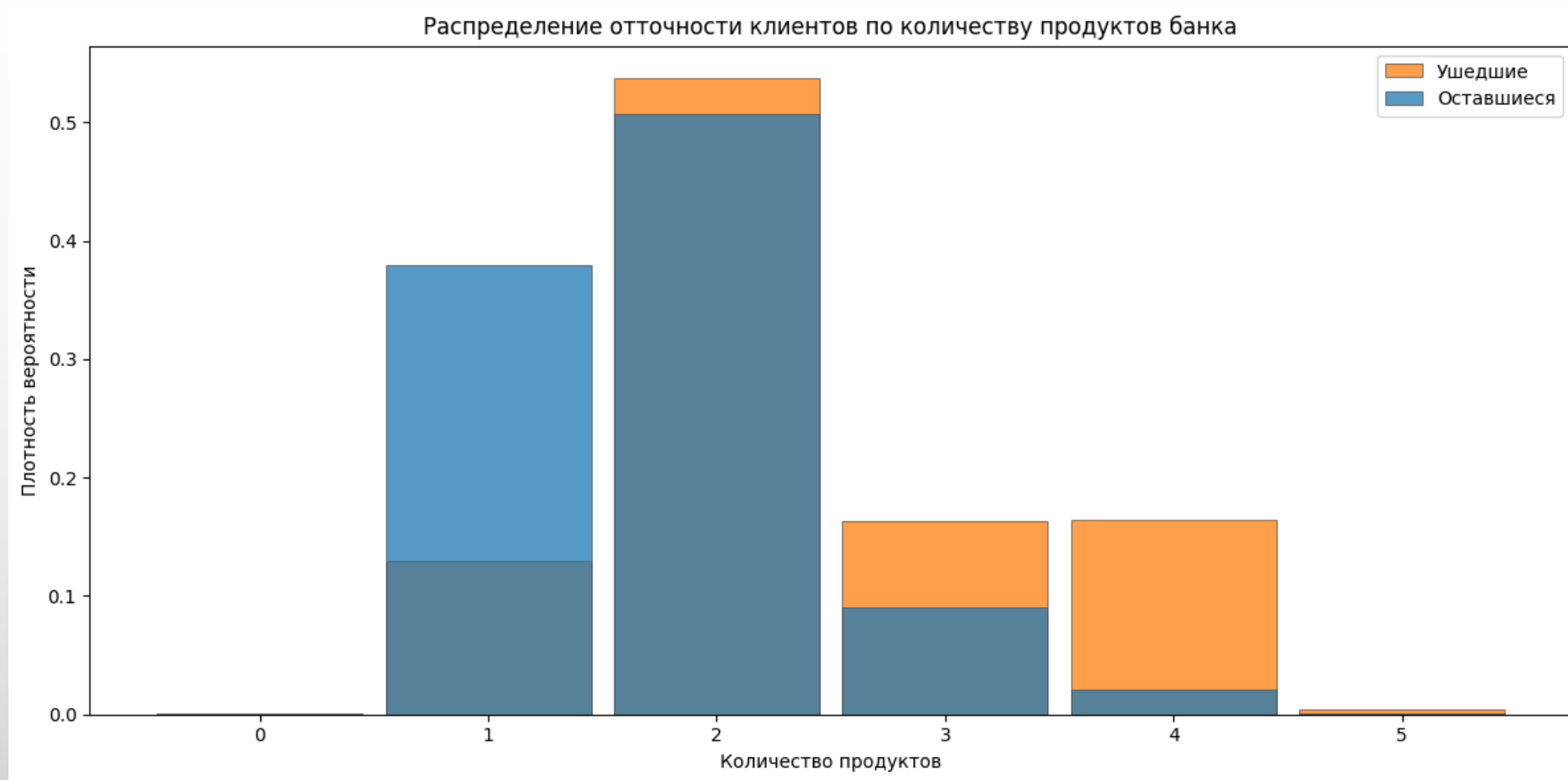
Ушедших клиентов: **18%**

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО КРЕДИТНОМУ СКОРИНГУ



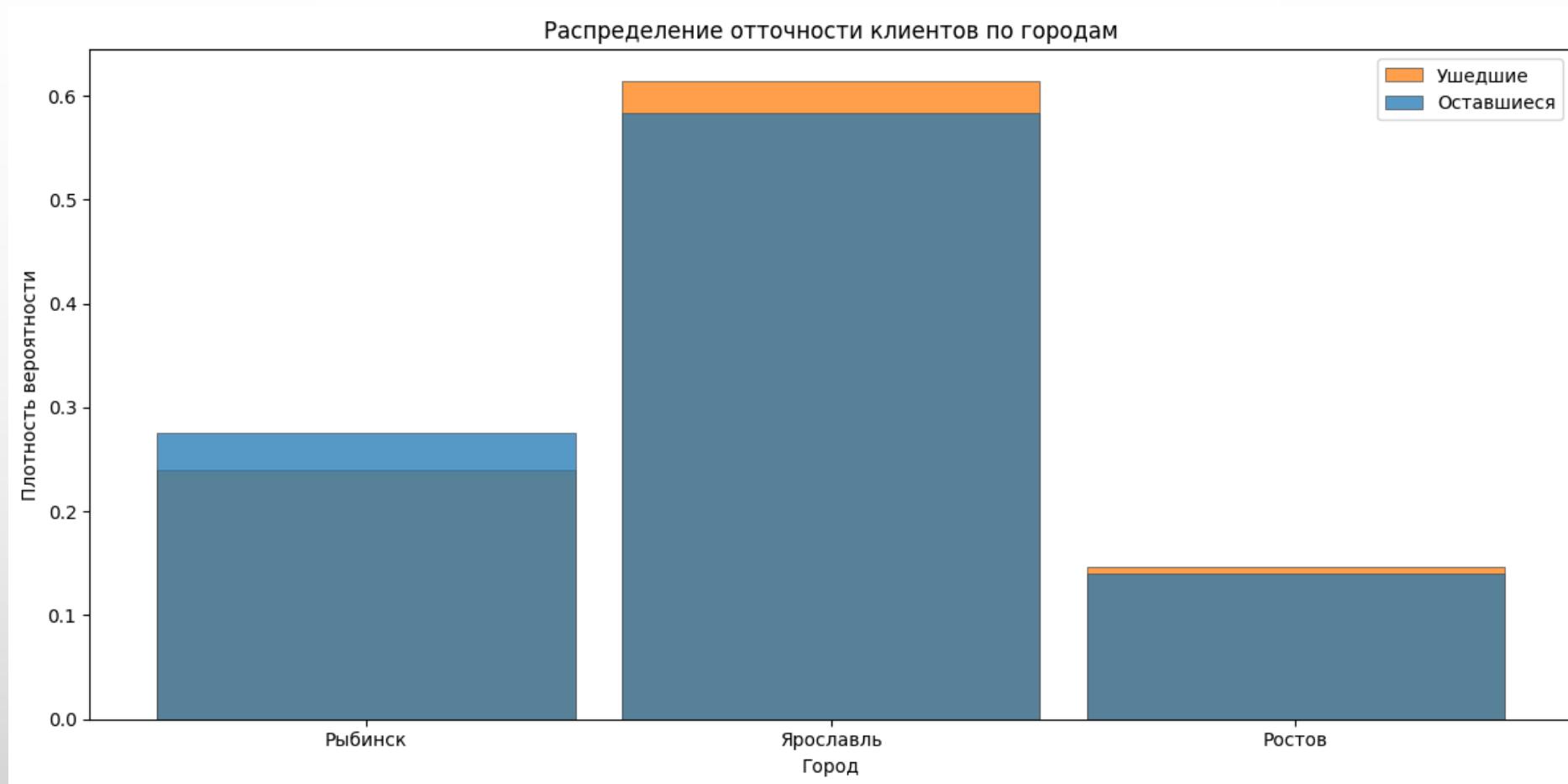
Потенциальный сегмент клиентов склонных к уходу: имеющие баллы кредитного скоринга от **830** до **900**  
Баллы кредитного скоринга распределены в пределах от **642** до **1000**  
Больше всего клиентов с кредитным скорингом около **900**

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПРОДУКТОВ БАНКА



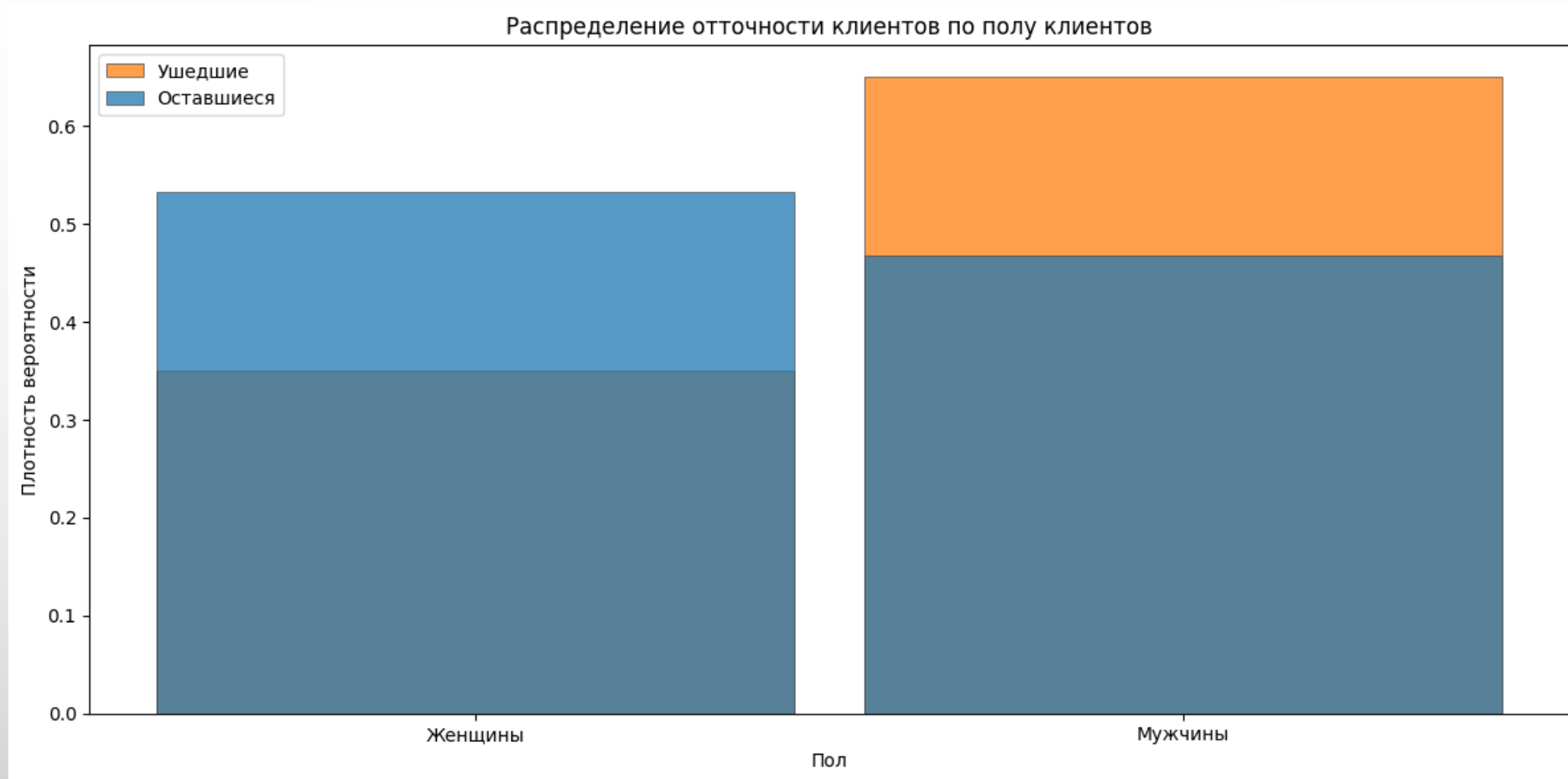
Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: использовавшие от **3-х** продуктов банка  
Чаще всего клиенты используют **1** или **2** продукта банка

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ГОРОДАМ



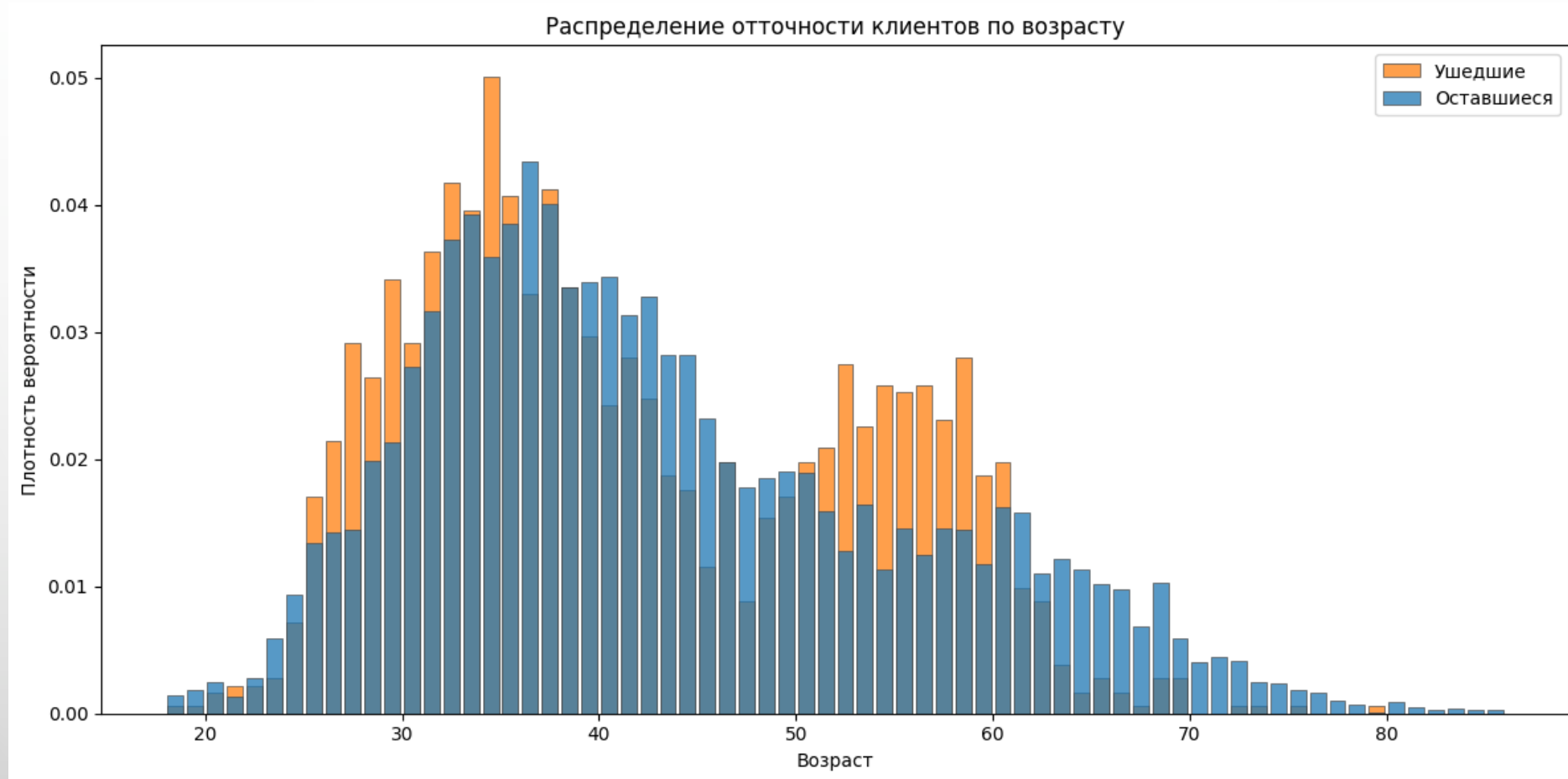
Больше всего клиентов из Ярославля **59%**, затем из Рыбинска **27%** и Ростова **14%**  
Незначительное влияние города клиента на потенциальную возможность отказа от услуг банка

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ



Потенциально мужчины более склонны к отказу от услуг банка

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВОЗРАСТУ

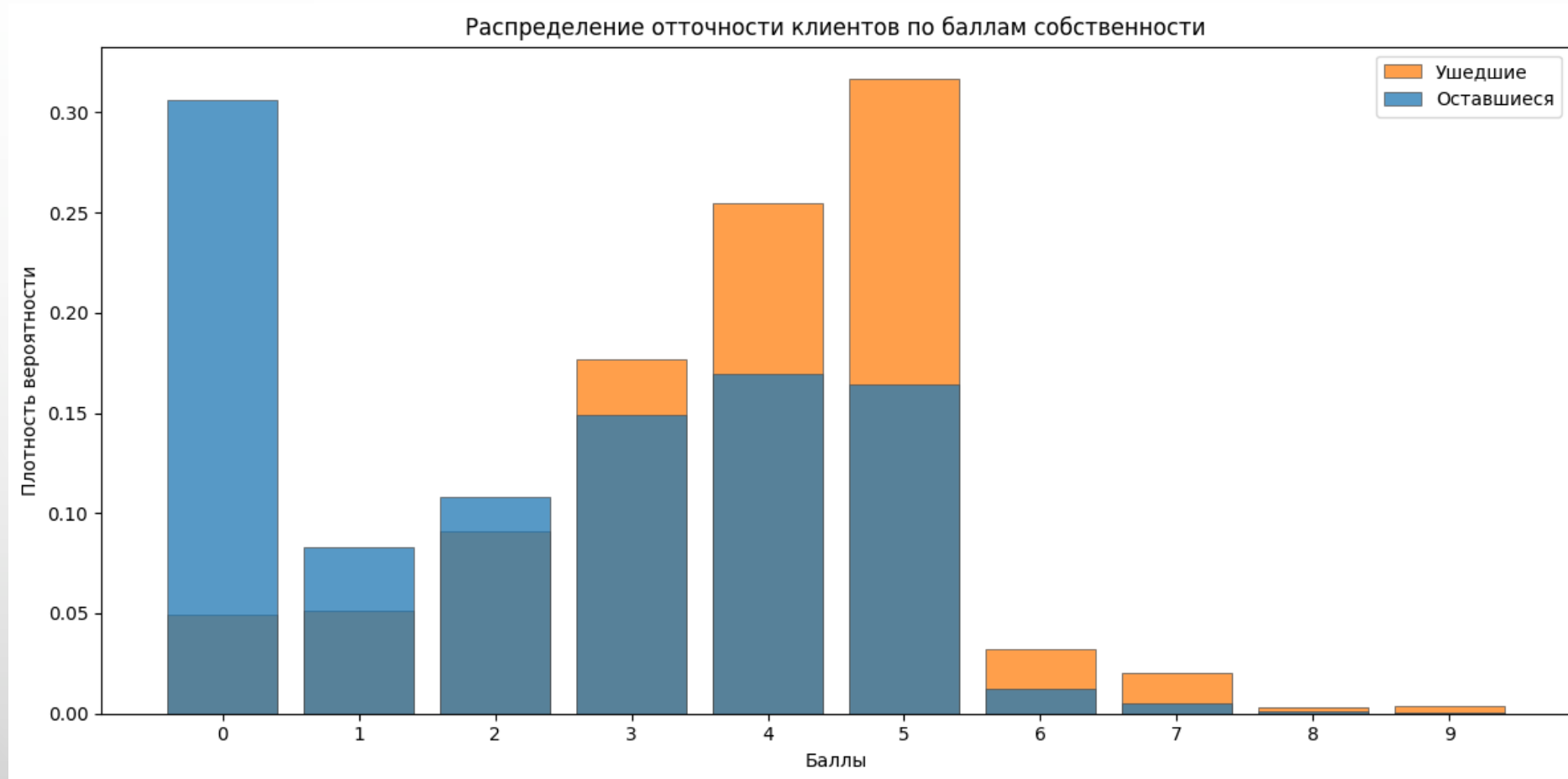


Потенциальные возрастные сегменты клиентов, склонных к уходу:

- **26 - 35 лет**
- **52 - 61 лет**

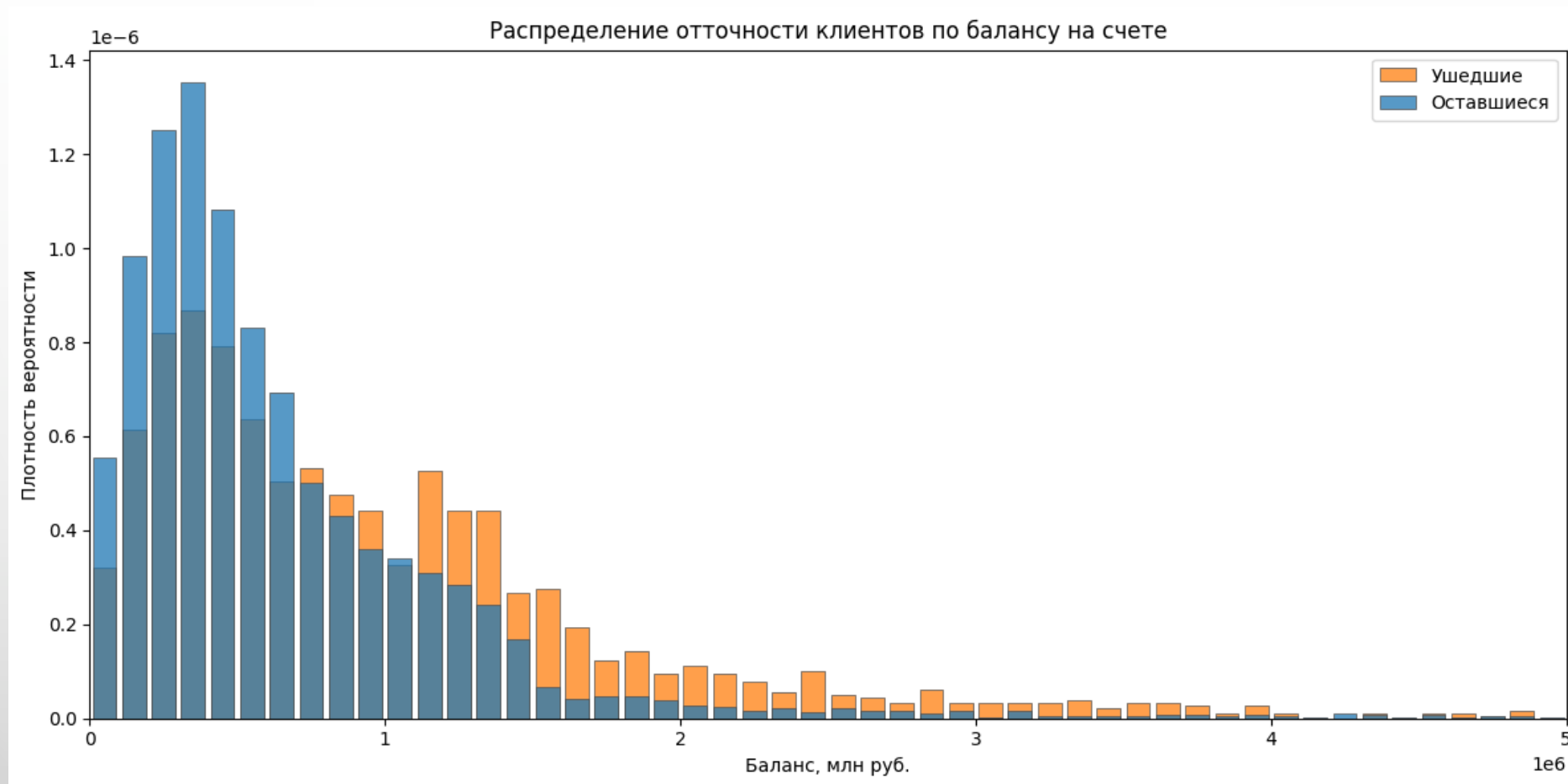


# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО БАЛЛАМ СОБСТВЕННОСТИ



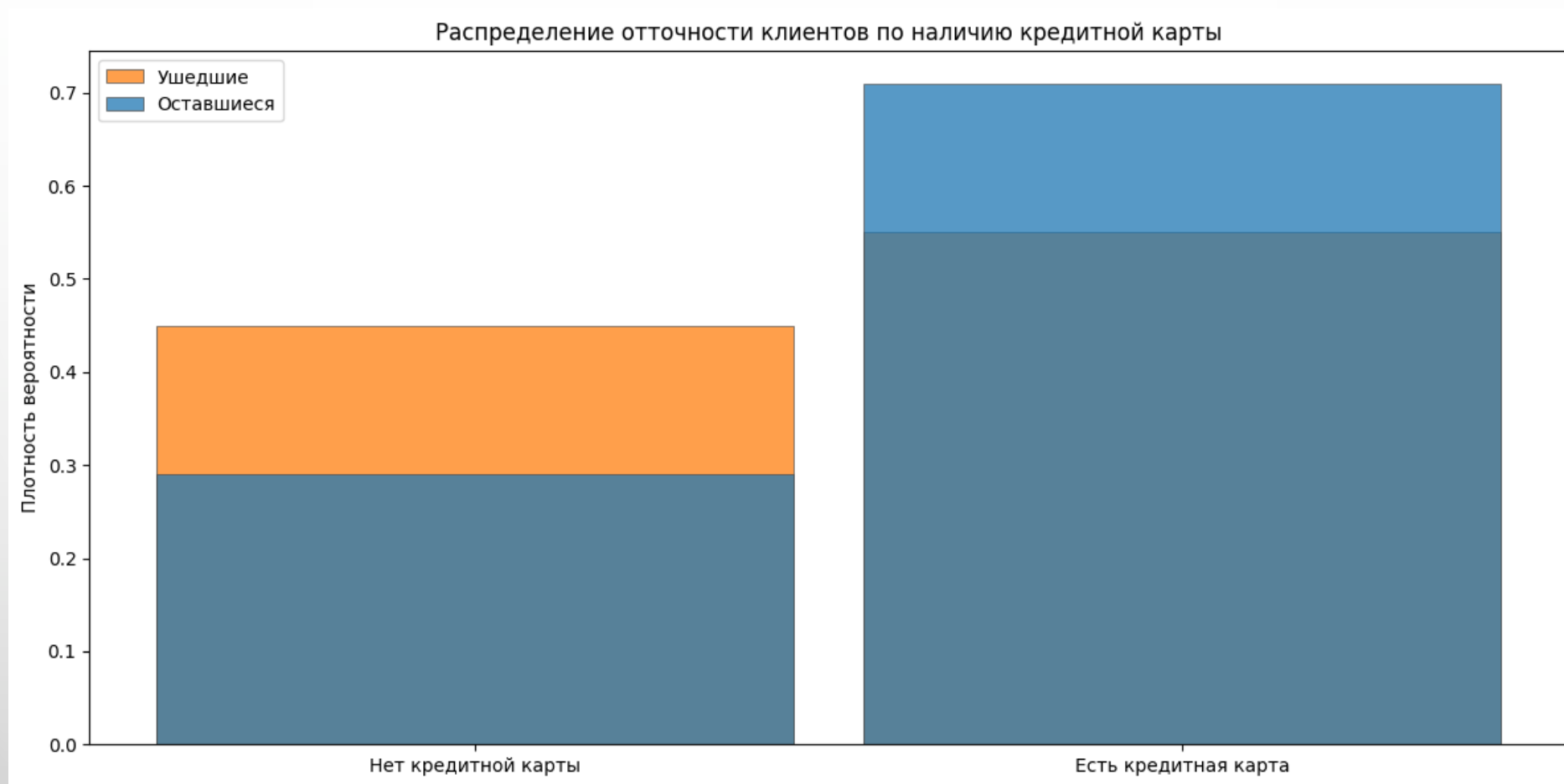
Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: от **4-х** баллов собственности  
Больше всего у клиентов **0** или **5** баллов

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО БАЛАНСУ НА СЧЕТЕ



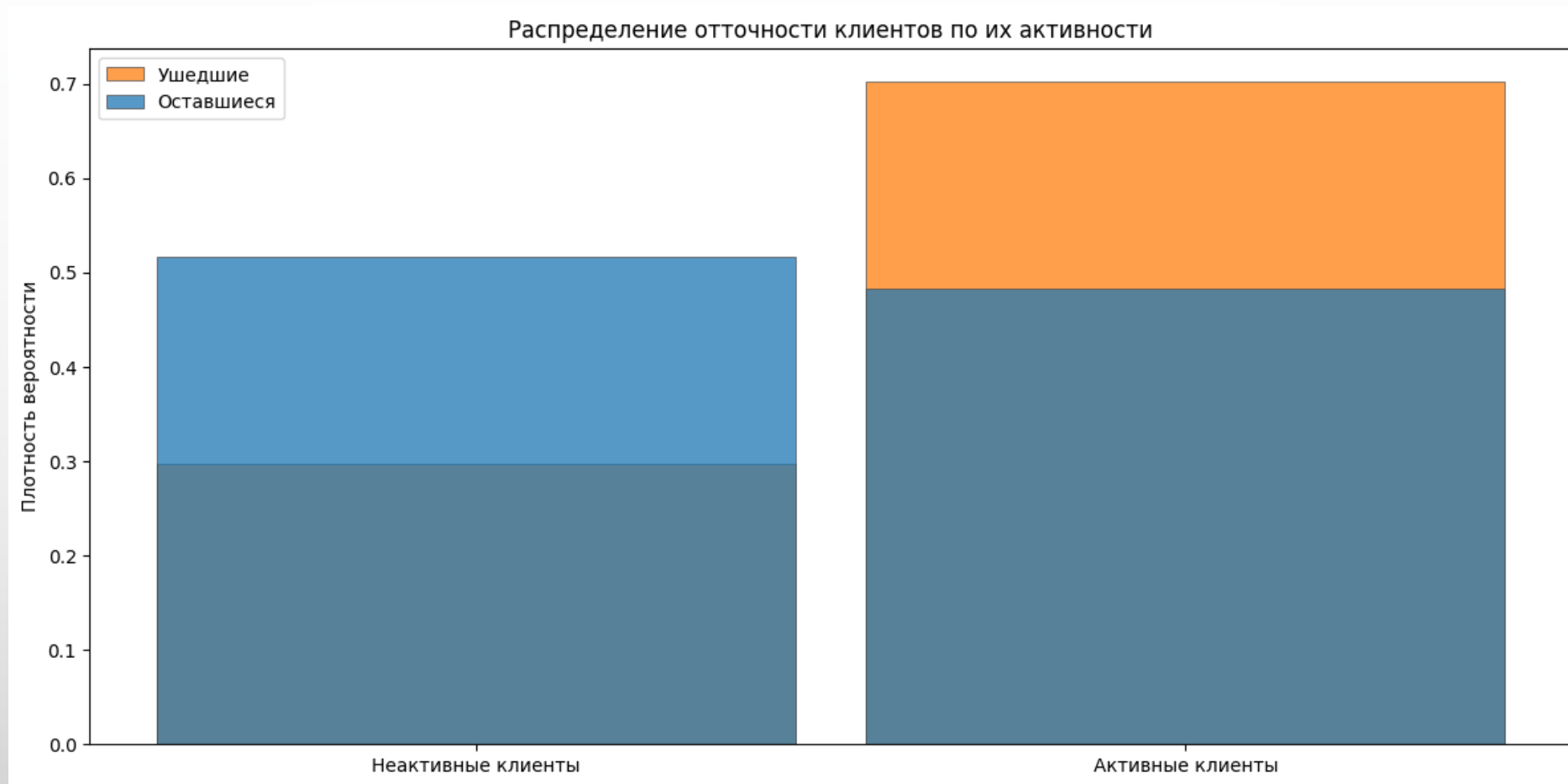
Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: от **1,2** до **4** млн руб. на счете  
Чаще всего у клиентов на счете **300-500** тыс. руб.

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО НАЛИЧИЮ КРЕДИТНОЙ КАРТЫ



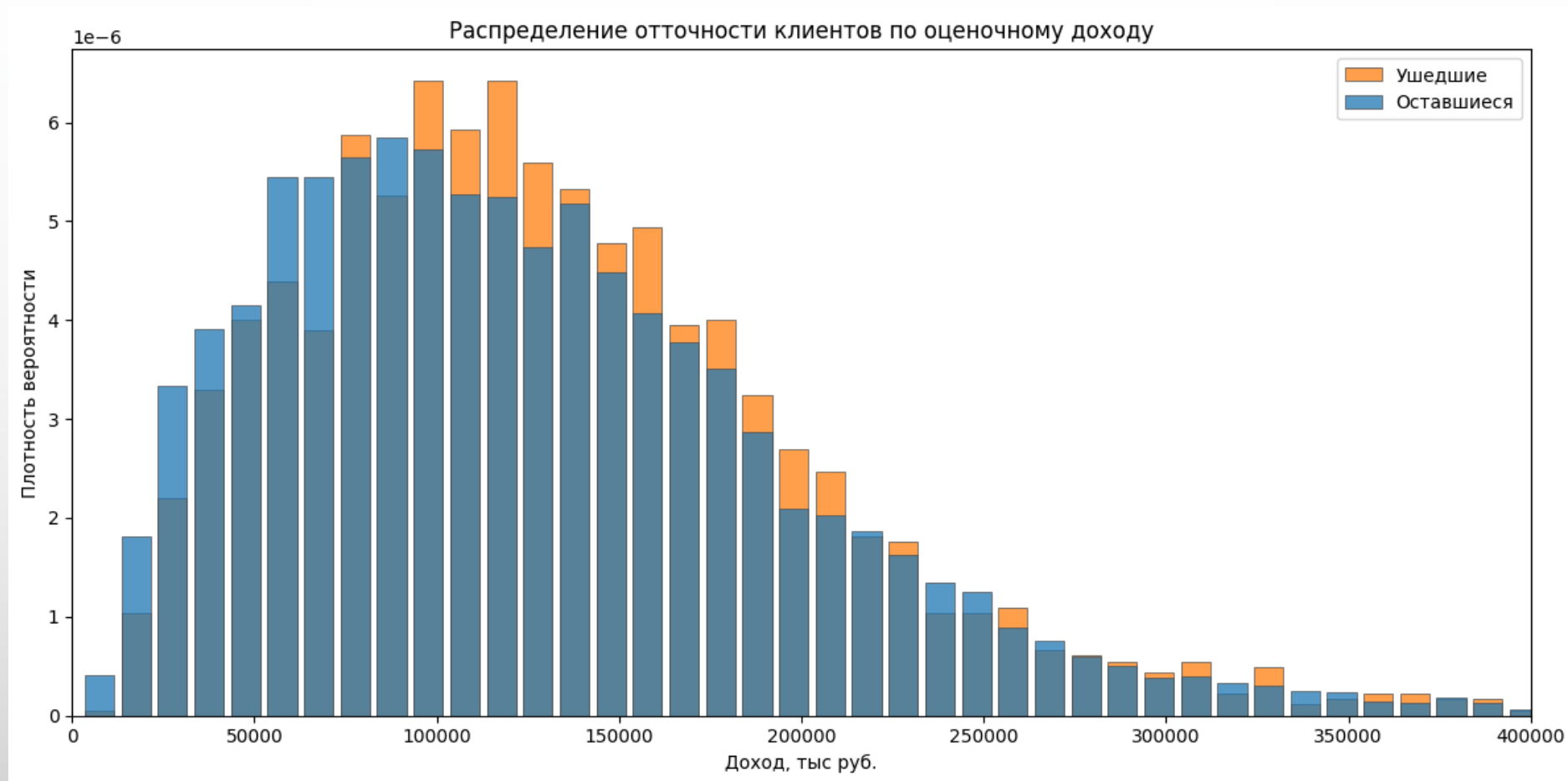
Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: **без наличия кредитной карты**  
Клиентов с кредитной картой больше

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО АКТИВНОСТИ КЛИЕНТОВ



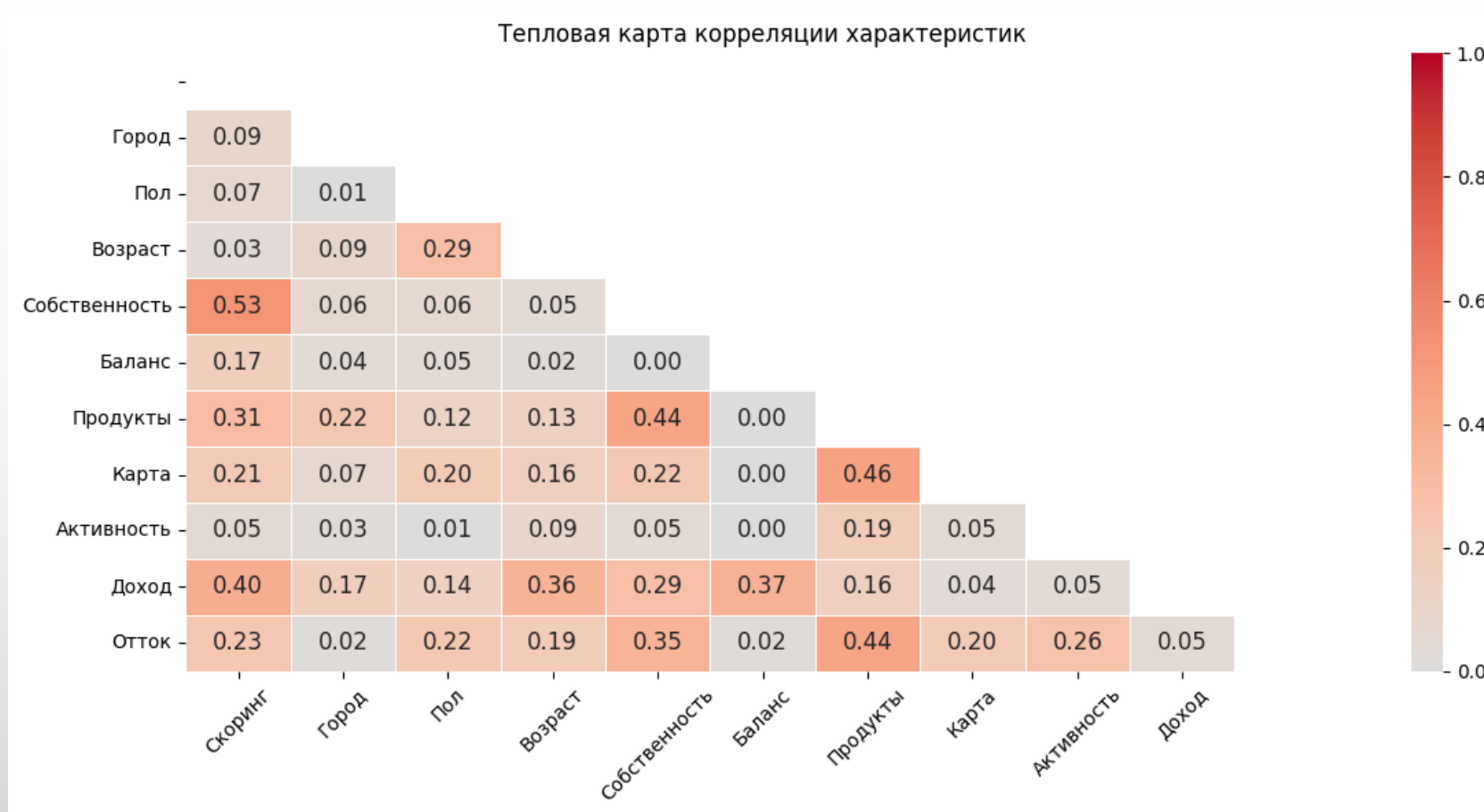
Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: **активные клиенты**  
Активных клиентов больше

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ДОХОДУ КЛИЕНТОВ



Потенциальный сегмент клиентов, склонных к уходу: с доходом от **100** до **210** тыс. руб.  
Чаще всего доход клиентов оценивается в **100** тыс руб.

# КОРРЕЛЯЦИЯ ХАРАКТЕРИСТИК



- **Отток клиентов** связан с количеством используемых банковских **продуктов** и наличием **собственности**
- **Кредитный скоринг** клиента связан с наличием **собственности** и оценочным уровнем **дохода**
- Количество используемых **продуктов** связано с наличием **собственности** и **кредитной карты**
- Уровень **баланса** связан с **доходом** клиента, который связан с **возрастом**

# РЕКОМЕНДАЦИИ

Регулярно собирать отзывы клиентов для адаптации предложений и продуктов банка

Специальная ставка по депозитам - например, повышенный процент при открытии депозита на крупную сумму

Предлагать премиальные банковские карты с бонусными программами, кэшбэком за покупки в определенных категориях

Разработать специальные кредитные продукты для клиентов с высоким кредитным скорингом и не имеющих кредитной карты

Возможность быстро получить консультацию специалиста банка, не посещая отделение

Разработать маркетинговые кампании, ориентированные на их интересы, например, в области инвестиций или кредитования