

АНАЛИЗ ОТТОКА КЛИЕНТОВ.

Банк «Метанпромбанк».

Бизнес - задача

Анализ и сегментация клиентов, которые склонны уходить из банка.

- провести исследовательский анализ данных, определить все значимые признаки процесса оттока клиентов
- сформулировать и проверить статистические гипотезы
- сформировать сегменты, основываясь на признаках отточности, составить рекомендации по удержанию клиентов
- подготовить дашборд

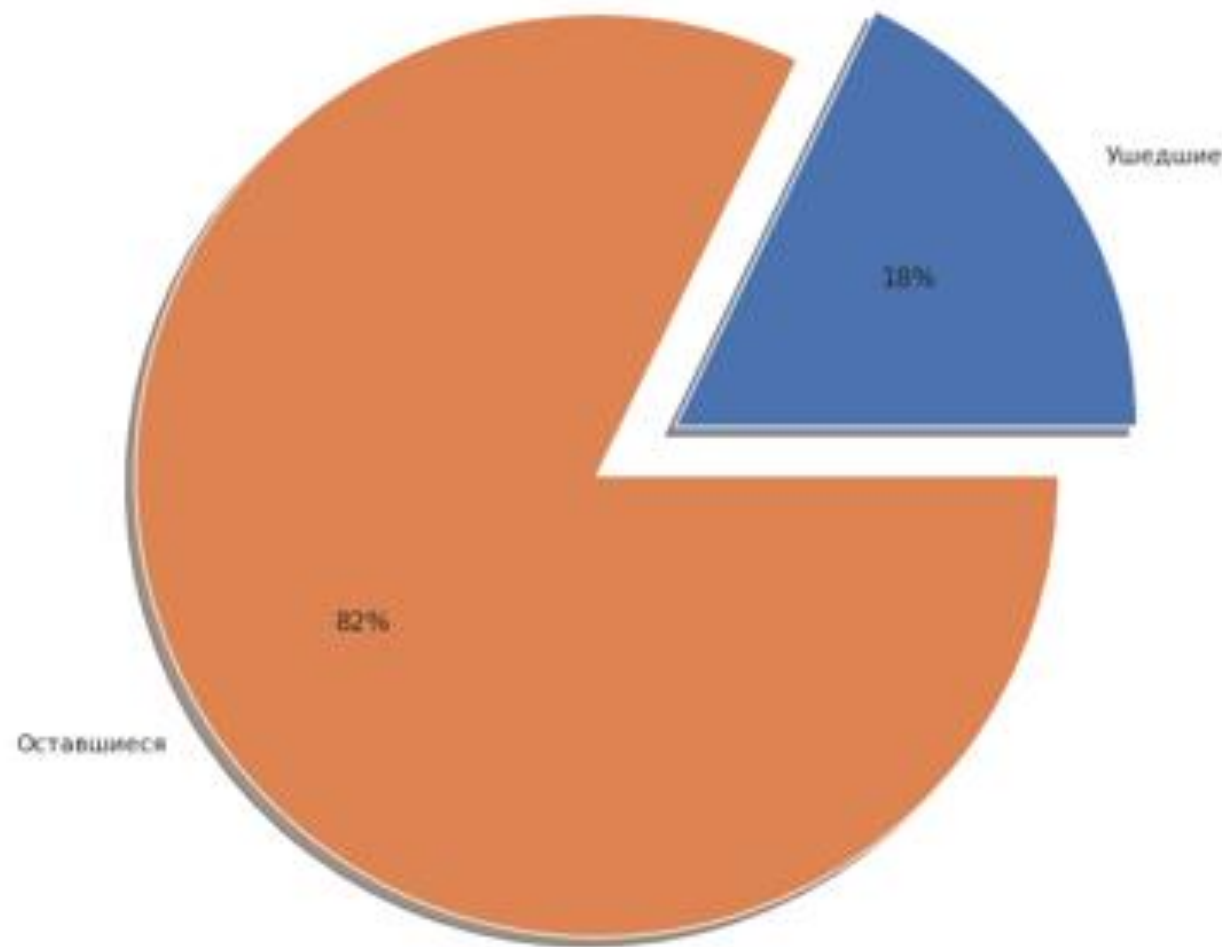
Источник данных: https://code.s3.yandex.net/datasets/bank_scrooge.csv

Общие выводы

- Банк имеет **18%** оттока клиентов.
- Первичный источник содержит **данные 10 000** клиентов, в предобработке **потерь 1%** данных.
- Анализ основан на аналитике взаимного распределения значений, общего обзора параметров, анализа средних значений, а также изучено влияние параметров на целевую переменную.
- В ходе статистического анализа данных проверено **5 гипотез**, после проведения которых сформулированы общие рекомендации для работы с клиентами, склонными к уходу.
- Выделено **8 сегментов** по всем значимым признакам отточности для фокусной работы и удержанию клиентов.
- Дашборд: https://public.tableau.com/app/profile/alla.k./viz/banki_final/sheet3#1

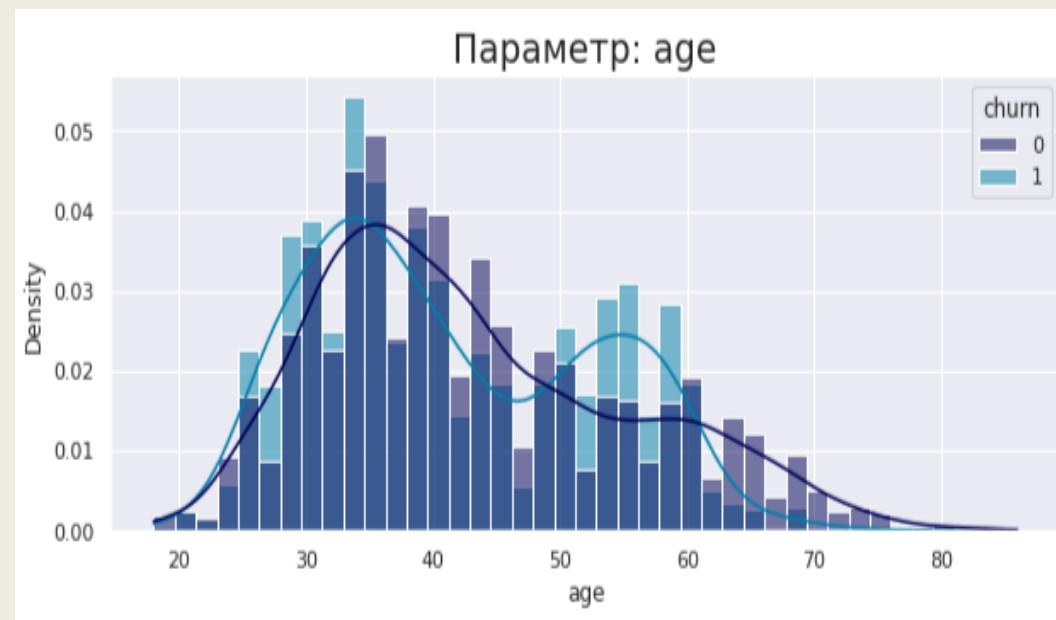
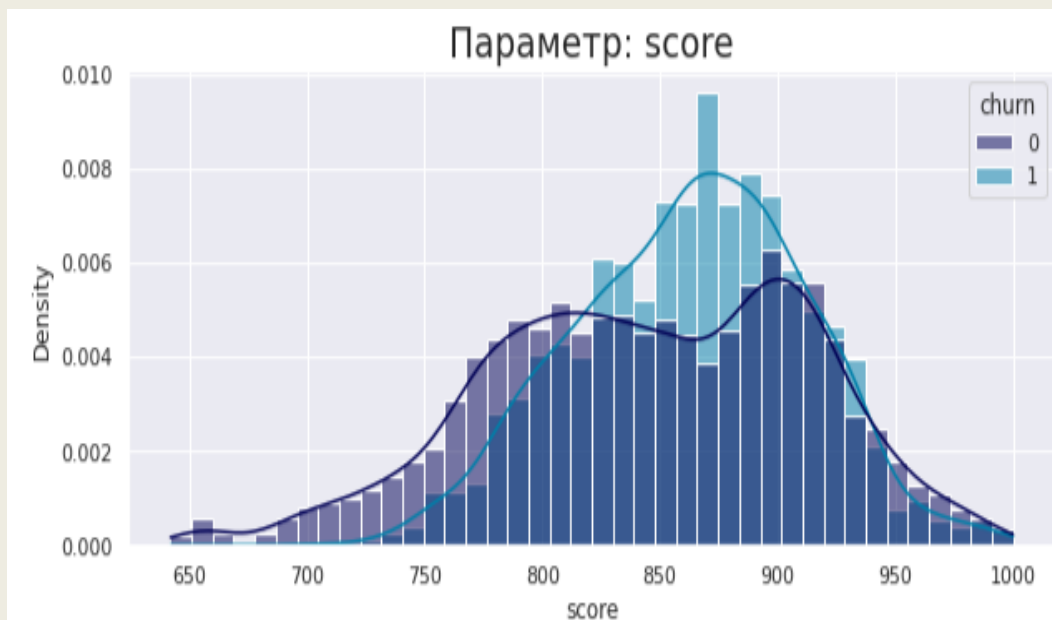
Распределение долей ушедших и оставшихся клиентов

18% оттока клиентов – сигнал к дальнейшему анализу причин, влияющих на потерю клиентов.



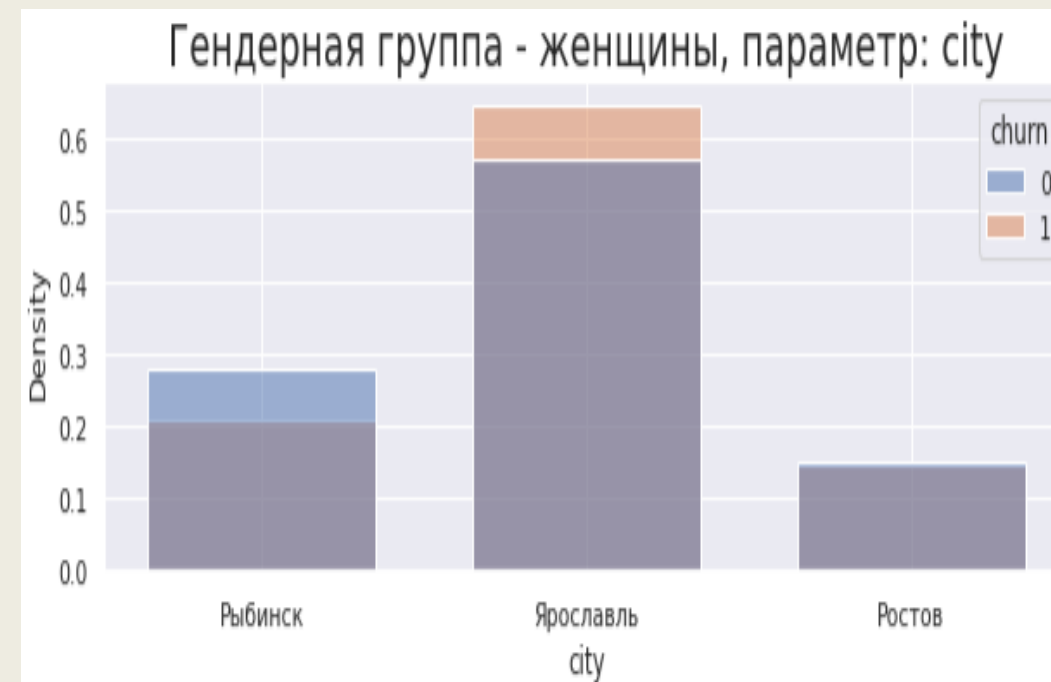
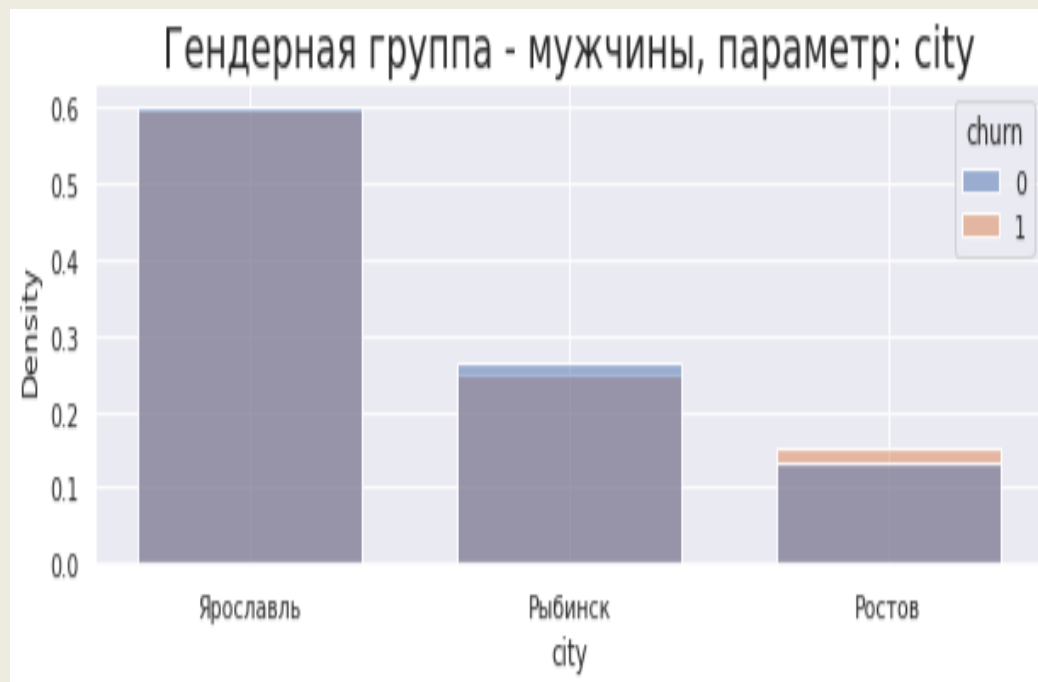
Определение отточности с помощью визуализации

Сегментация по непересекающимся полям



Определение отточности с помощью визуализации

Группировка по гендерному признаку



Выделение сегментов с помощью расчётов

Процент оттока пользователей по возрастным категориям

	age_category	all	out	stay	perc_out, %
2	50 - 60	2272	530	1742	23.300000
0	24 - 35	3099	654	2445	21.100000
1	36 - 50	3303	490	2813	14.800000
4	менее 23	145	18	127	12.400000
3	более 60	1019	64	955	6.300000

Процент оттока пользователей по городам

	city	all	out	stay	perc_out, %
0	Ростов	1415	264	1151	18.700000
2	Ярославль	5806	1080	4726	18.600000
1	Рыбинск	2617	412	2205	15.700000

Гипотезы и выводы

- **№1. Отток – доход.** Зарплата и остальные источники дохода не связаны с уходом клиентов. Зарплатный продукт не имеет каких-то значимых недостатков в сравнении с другими банками.
- **№2. Отток - наличие кредитной карты.** Наличие кредитной карты увеличивает вероятность сохранить клиента.
- **№3. Отток - активность клиентов.** Активные клиенты уходят чаще, чем неактивные. Они не боятся изменений и охотно принимают более лучшие условия в других банках.
- **№4. Отток - количество продуктов.** Количество используемых продуктов не влияет на решение уйти из банка. Главное - условия, которые разработаны под продукт.
- **№5. Отток - количество объектов собственности.** Количество баллов собственности выше, чем в среднем по банку - сигнал к тому, что клиент может уйти. Возможно, что денежные средства вкладываются не в банковский счёт, а в недвижимость.

Сегментация клиентов по признакам ОТТОЧНОСТИ

- сегмент насчитывает **более 5-7% от общего числа клиентов** (рекомендовано 500 – 2000 чел. в группе)
- средний показатель по отточным клиентам выше, **отличие более 0%**, чем средний по банку -18% (расчет = доля оттока в сегменте, % – 18%)

Сегменты	Портрет	Доля от общего кол-ва, %	Отличие от средн. по банку, %	Значимость
Сегмент 1	Мужчины с количеством баллов собственности более 2 и скоринговой оценкой более 830	7,6	24,8	3
Сегмент 2	Мужчины, активно пользующиеся продуктами банка, скоринговой оценкой более 830	5,8	20,2	7
Сегмент 3	Мужчины, активно пользующиеся продуктами банка, в возрасте 24-36 и 50-60 лет.	5,2	16	8
Сегмент 4	Мужчины с количеством баллов собственности более 2 в возрасте 24-36 и 50-60 лет.	6,4	22,5	5
Сегмент 5	Мужчины с количеством баллов собственности более 2 и пользующиеся 2 и более продуктами банка.	8,4	19,4	2
Сегмент 6	Мужчины, активно пользующиеся продуктами банка, используемых продуктов более 2.	6,5	22,1	4
Сегмент 7	Активные пользователи, использующие более 2 продуктов банка, с количеством баллов собственности более 2	9,4	20	1
Сегмент 8	Пользователи с количеством баллов собственности более 2, использующие 2 и более продуктов банка, не имеющие кредитной карты.	6,9	15	6

Портрет клиента с риском ухода и рекомендации

- ✓ Активный клиент, либо клиент, не использующий кредитную карту, пользующийся более чем 2 продуктами банка, с количеством баллов собственности более 2
- ✓ Мужчина, активный клиент банка, имеющий более 2 объектов в собственности.

- Пересмотр имиджевой маркетинговой политики для сокращения оттока активных клиентов банка.
- Конкурентный анализ банковского рынка с целью выявления лучших условий и проведения изменений:
 - в условиях по кредитной карте банка
 - в качестве и условиях по действующим продуктам (вклады, кредитные продукты, инвестиционные пакеты и т.п.)
- Разработка стратегии по удержанию клиентов, которые заинтересованы в инвестициях в недвижимость.
- Фокус внимания на крупных сегментах и работа над изменениями в этих группах.
 - в выделенных сегментах приоритет тем, в которых наибольшая доля отточных клиентов (от общего количества клиентов) и наибольшее отличие значения от среднего по банку (в порядке приоритетности по убыванию - 7, 5, 1, 6, 4, 8, 2, 3).
- Дополнительный акцент на гендерном признаке.
- Исследование ипотечных программ с расчетом на клиентов, вкладывающих свои средства в приобретение собственности.
- Зарплатный продукт можно оставить без изменений.

Благодарю за
внимание !

ФИО

компания

e-mail:@ yandex.ru

phone: +/-////-////-///-///

