

АНАЛИЗ ОТТОКА КЛИЕНТОВ
БАНКА
«МЕТАНПРОМ»

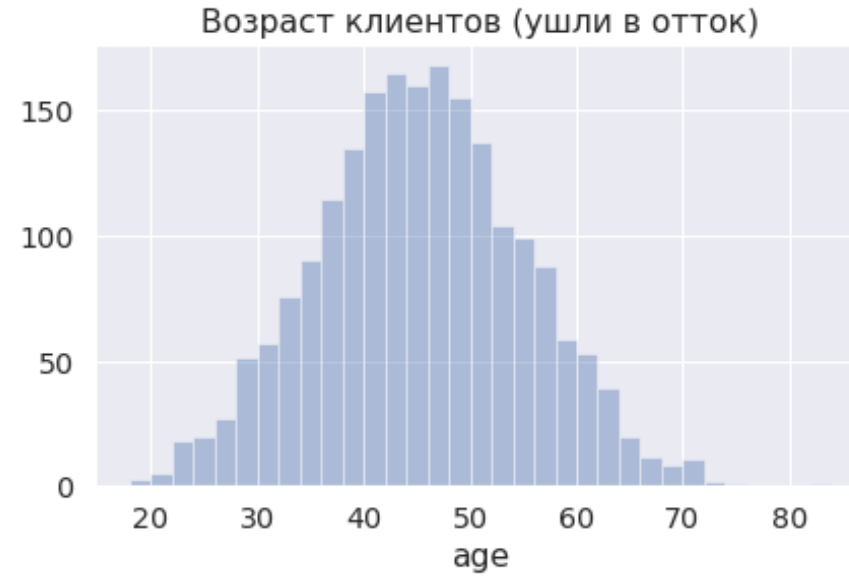
ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ клиентов регионального банка «Метанпром» и выделение портрета клиентов, склонных уходить из банка.

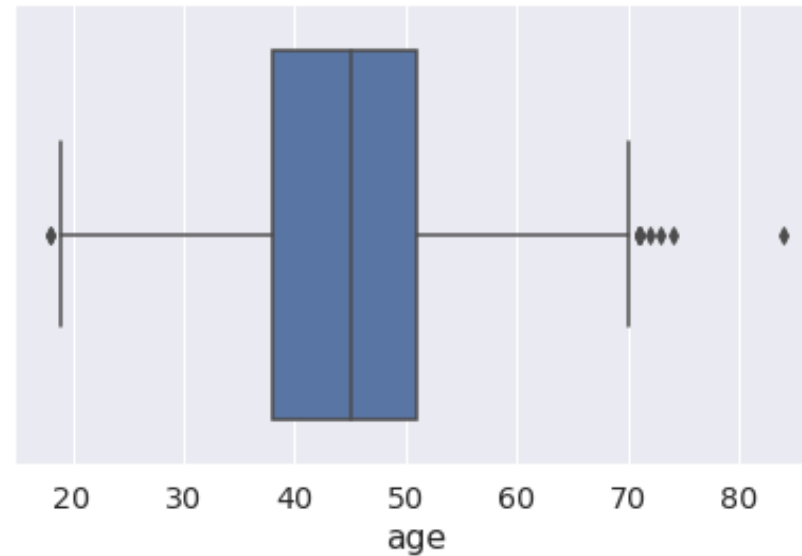
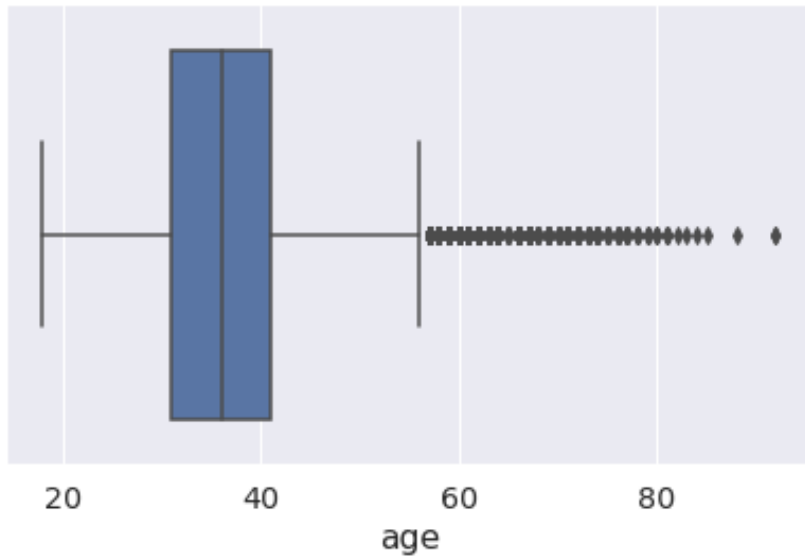
СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

1. Распределение клиентов по возрасту и факту оттока	3
2. Возраст клиентов банка и возрастные категории	4
3. Распределение по полу и городу проживания	5
4. Количество используемых продуктов и наличие кредитной карты	6
5. Портрет клиента, уходящего в отток	7
6. Рекомендации для стратегии взаимодействия с клиентами	7

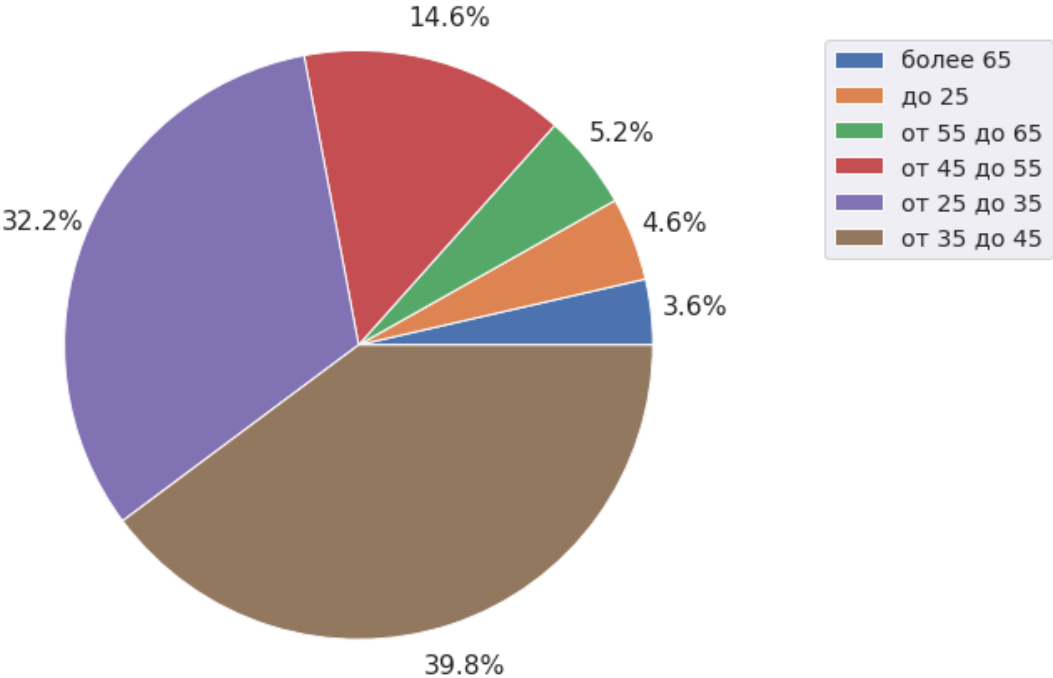
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ВОЗРАСТУ И ФАКТУ ОТТОКА



- Средний возраст ушедших в отток клиентов – 44 года, оставшихся – 37 лет



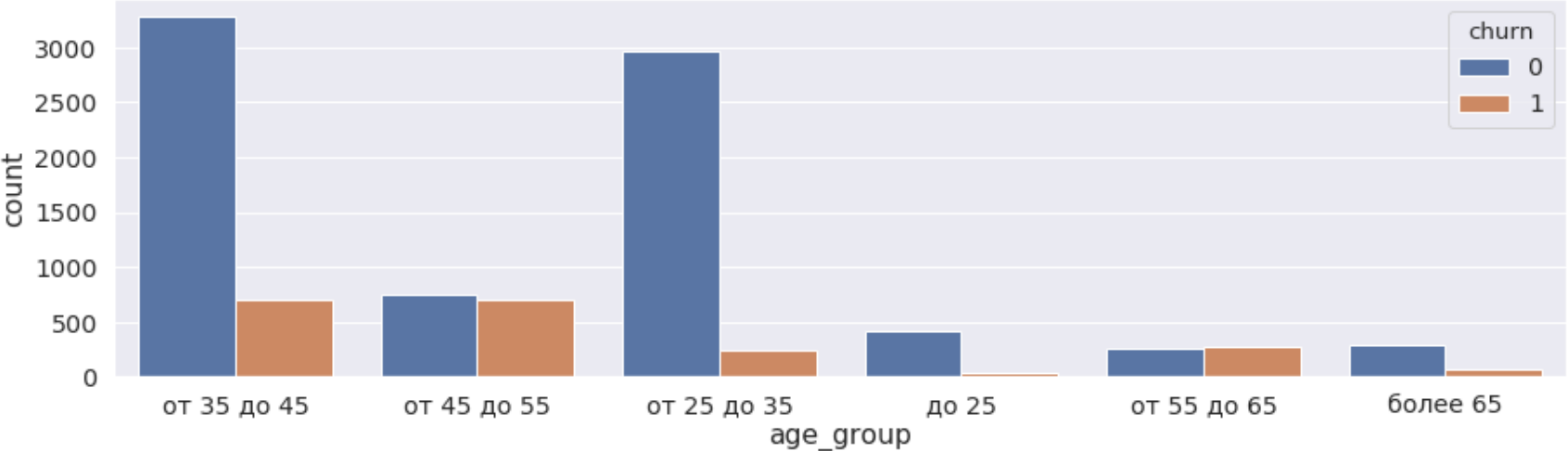
Круговая диаграмма распределения клиентов банка по возрастным группам



ВОЗРАСТ КЛИЕНТОВ БАНКА

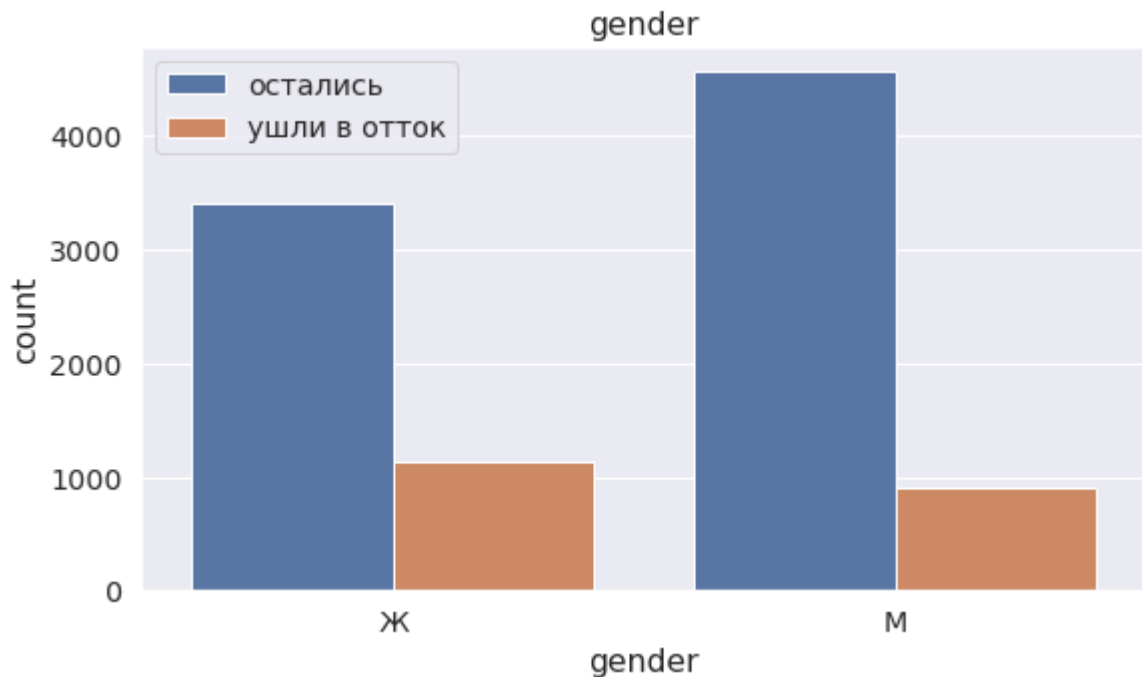
- Наибольшая доля оттока среди возрастной категории 45-55 лет и 55-65 лет (почти 50%)

Распределение клиентов по возрастным категориям и факту оттока

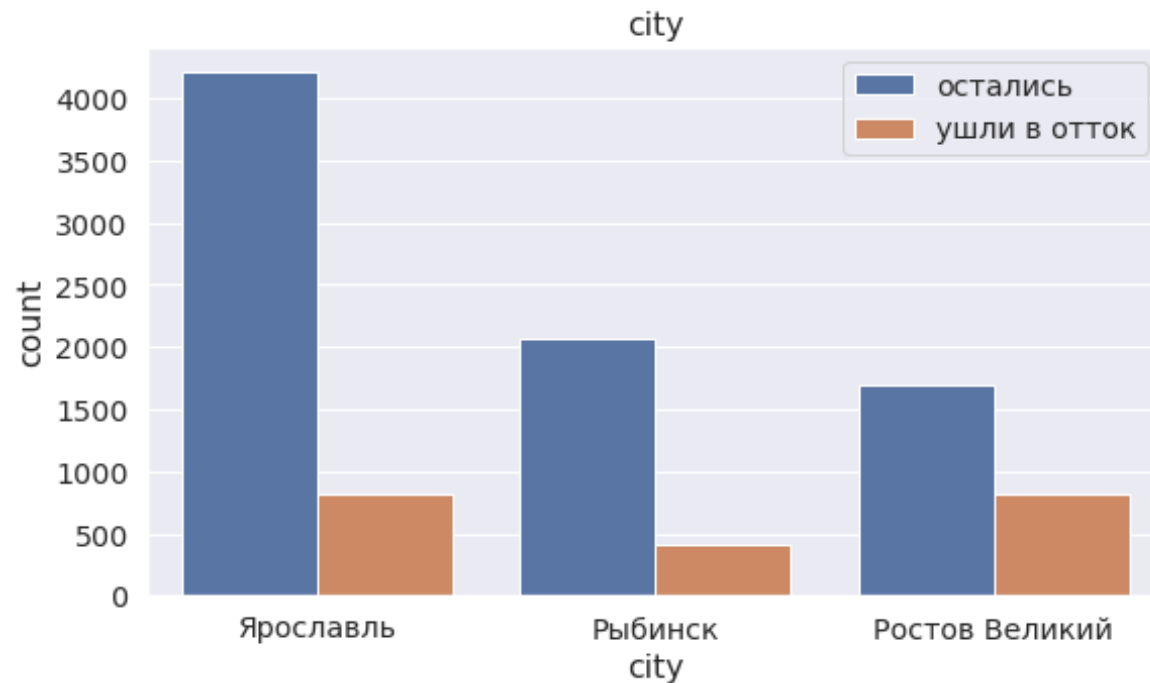


Возрастная категория	Количество клиентов
До 25 лет	457
От 25 до 35 лет	3222
От 35 до 45 лет	3981
От 45 до 55 лет	1458
От 55 до 65 лет	523
От 65 лет	359

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ПОЛУ И ГОРОДУ ПРОЖИВАНИЯ

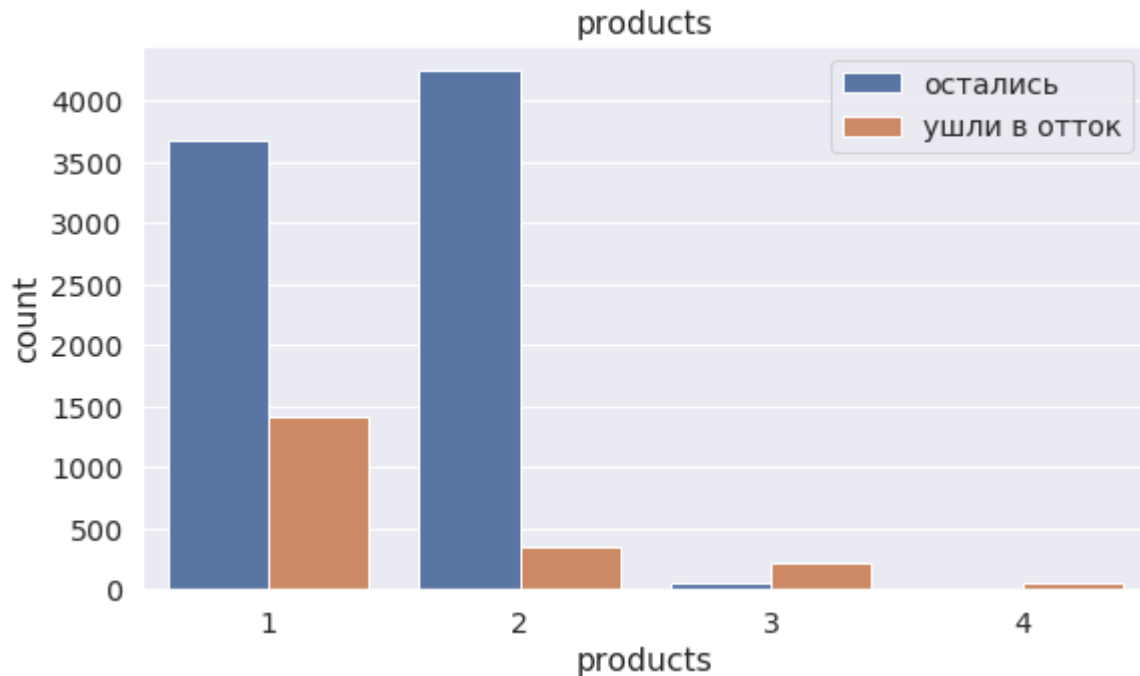


- Наибольшая доля ушедших в отток клиентов среди женщин

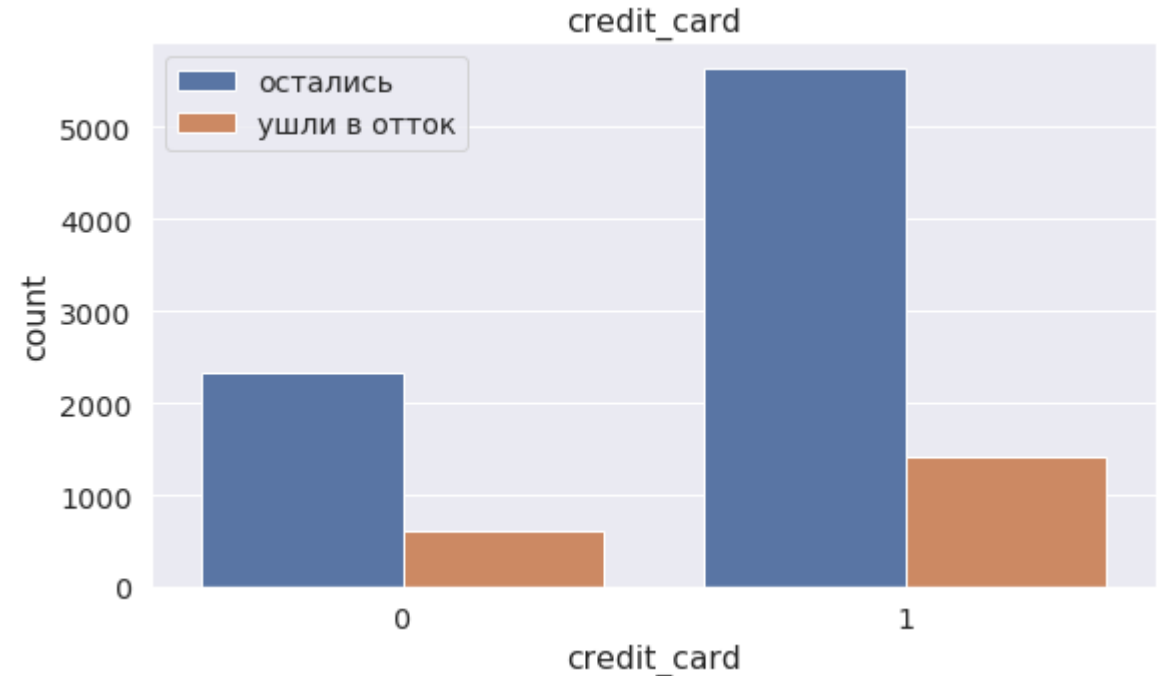


- Половина клиентов из Ростова Великого ушла в отток. Примерно такое количество клиентов (около 800) из Ярославля тоже ушли в отток.
- Меньшая часть ушедших в отток клиентов из Рыбинска (около 500)

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО КОЛИЧЕСТВУ ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРОДУКТОВ И НАЛИЧИЮ КРЕДИТНОЙ КАРТЫ



Почти все клиенты, которые пользуются 3 или 4 продуктами уходят в отток. Из тех, кто пользуется 1 продуктом (примерно 30%) уходят в отток.



Наибольшая доля тех, кто уходит в отток имеют кредитную карту. Но из не ушедших в отток также большая часть пользуется кредитной картой

ПОРТРЕТ КЛИЕНТА, УХОДЯЩЕГО В ОТТОК:

- клиент в возрасте 40-60 лет, наибольшая доля среди женщин
- чаще из Ростова Великого или Ярославля, реже из Рыбинска
- не лоялен к банку
- пользуется 3 и более банковскими продуктами

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ:

- сделать упор на клиентов 40+, проведение понятных для клиентов рекламных кампаний и акций, разработка программ для категорий граждан в возрасте
- обратить внимание на обслуживание клиентов в Ростове и Ярославле (так как именно там наибольшая доля оттока)
- разработать программу взаимодействия/ предложений для женщин
- оценить удобство пользования 3 и более услугами банка (выявить причины ухода клиентов с 3 и более продуктами)
- расширить список услуг банка с целью привлечения новых клиентов
- рассмотреть новые условия/ предложения для держателей банковского счета