

# Уровень потребительской лояльности (NPS)

- Показатель NSP на территории России и его зависимость от разных клиентских признаков
- Заказчик / провайдер данных:  
Telecomm.Inc.
- Ссылка  
[Tableau Public](#)

Составитель  
Анна Серикова

# Цель проекта

- Визуализировать результаты исследования NPS
- Упростить дальнейший анализ результатов для маркетологов
- Сделать результаты доступными всем заинтересованным сотрудникам

# Способ решения

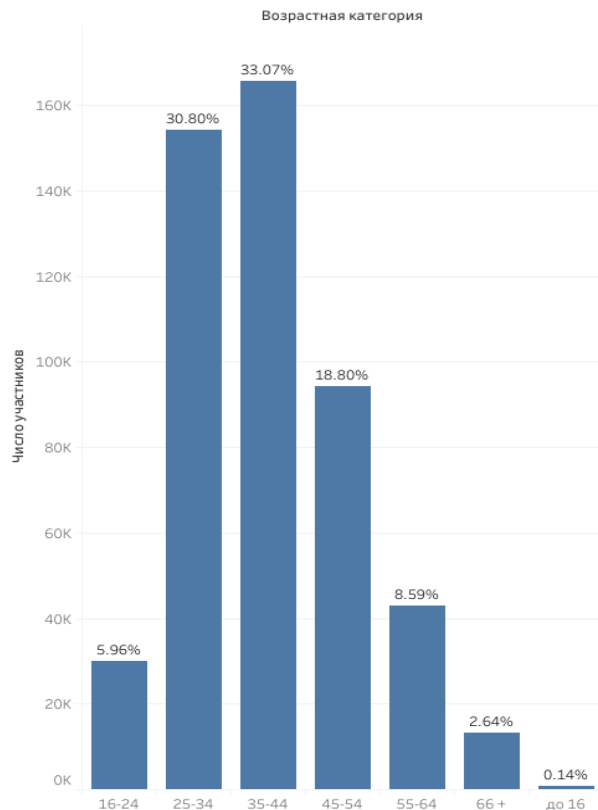
- Проект выполнен в виде интерактивного дашборда.
- Элементы управления — набор фильтров, позволяющих увидеть срезы данных по таким параметрам:
  - 1) Возраст / пол и их сочетание;
  - 2) Город;
  - 3) Лайфтайм-статус;
  - 4) Группы NPS.
- Итоговое значение NPS расположено в левом верхнем углу.

# Основные выводы исследования

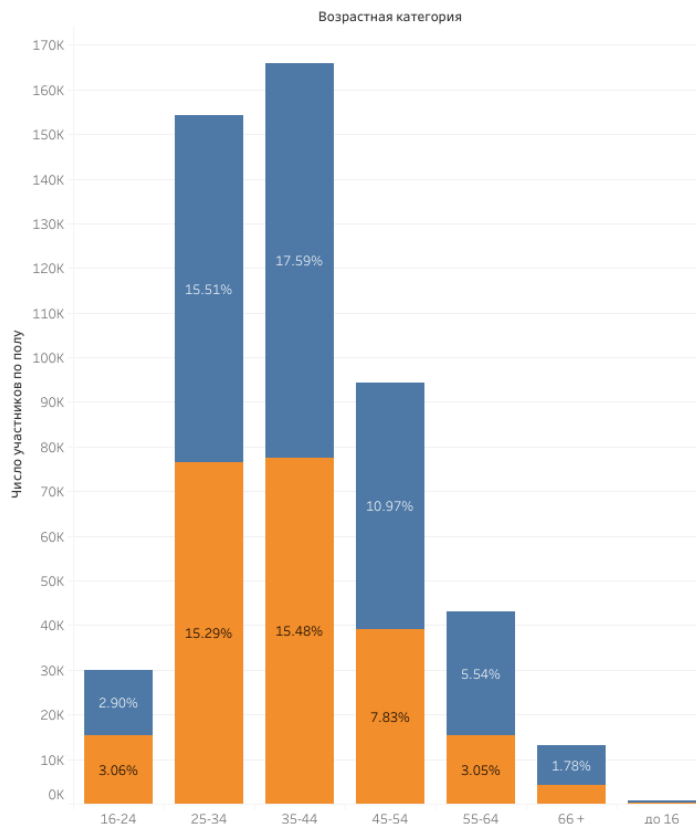
- Общий показатель NPS среди всех участников опроса — 21,97%.
- Самая большая возрастная категория — 35-44 года (33%), самая маленькая — до 16 лет (0,14%).
- Участников-мужчин больше в каждой возрастной категории, кроме категорий До 16 и 16-24 года.
- Среди участников опроса старых клиентов почти в 5 раз больше, чем новых.
- Больше всего участников из Москвы (13%). За ней следуют 4 города с числом участников >4%: Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань.
- В число сторонников чаще всего входят москвичи в возрасте от 35 до 44 лет из категории старых клиентов.
- Характеристика критиков отличается только возрастной категорией — от 25 до 34 лет.
- Самый высокий NPS у группы старых клиентов женского пола старше 66 лет, а самый низкий — у старых клиентов мужского пола в возрасте до 16 лет.
- NPS растёт для обоих полов и обоих лайфтайм-статусов от самой молодой категории к самой возрастной.
- **Возможно, на результаты влияет то, что число старых клиентов и число москвичей среди участников опроса сильно превалирует над числом новых клиентов и представителей других городов соответственно.**

# Распределение по возрасту и полу/возрасту

Распределение участников по возрасту



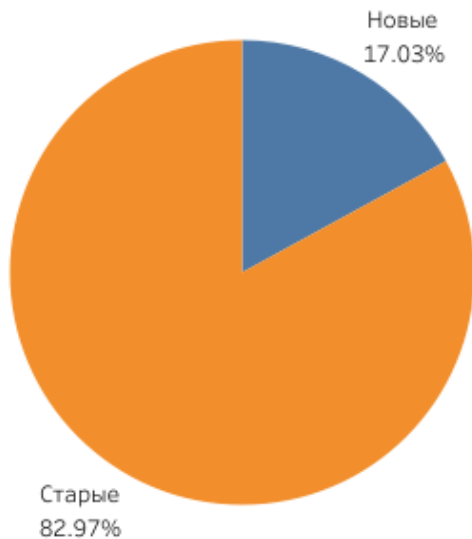
Распределение участников по полу и возрасту



- Самая крупная категория — 35-44 года — 33%.
- Участников мужчин, как правило, больше, чем женщин.

# Распределение по лайфтайм-статусам

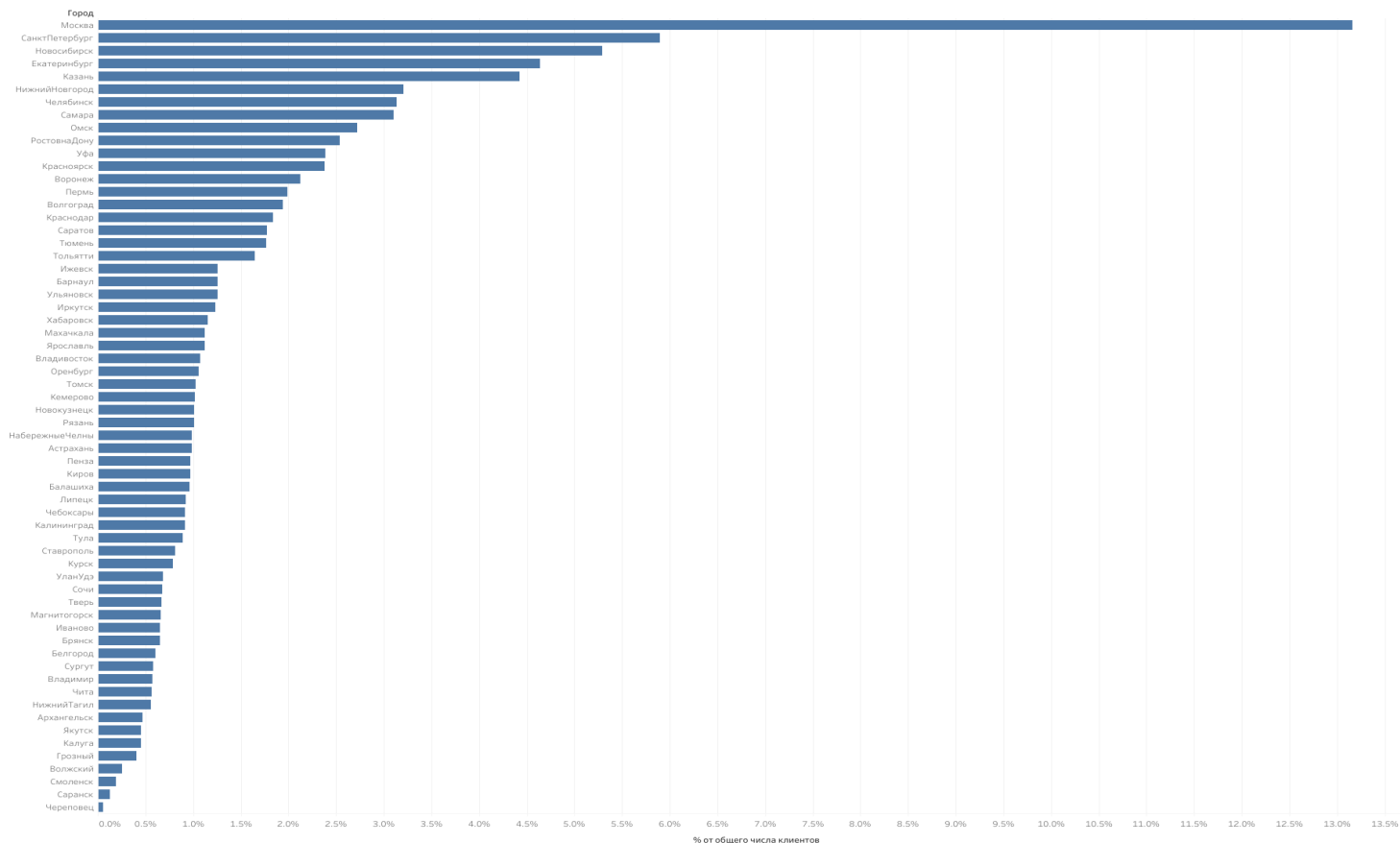
% НОВЫХ КЛИЕНТОВ



- Среди участников опроса старых клиентов почти в 5 раз больше, чем новых — 83% против 17%.

# Распределение по городам

Распределение участников по городам



- Больше всего участников из Москвы (13%).
- За ней следуют 4 города с числом участников >4%: Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань.

# Характеристики сторонников

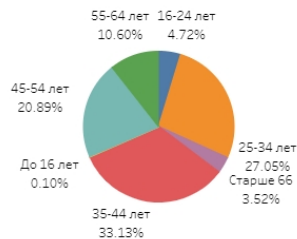
## Уровень потребительской лояльности (NPS) в России

Дашборд описывает показатель NPS на территории России и его зависимость от разных клиентских признаков.

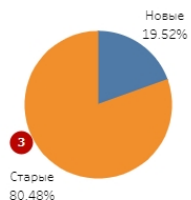
Значение NPS

100.00%

Распределение участников по возрасту



% новых клиентов



## Настройки

Возраст... (All)    Группа NPS    Сторонники

Возраст / пол    Город    Критики

(All)    Лайфтайм-с    Нейтралы

(All)    (All)    ☒ Сторонники

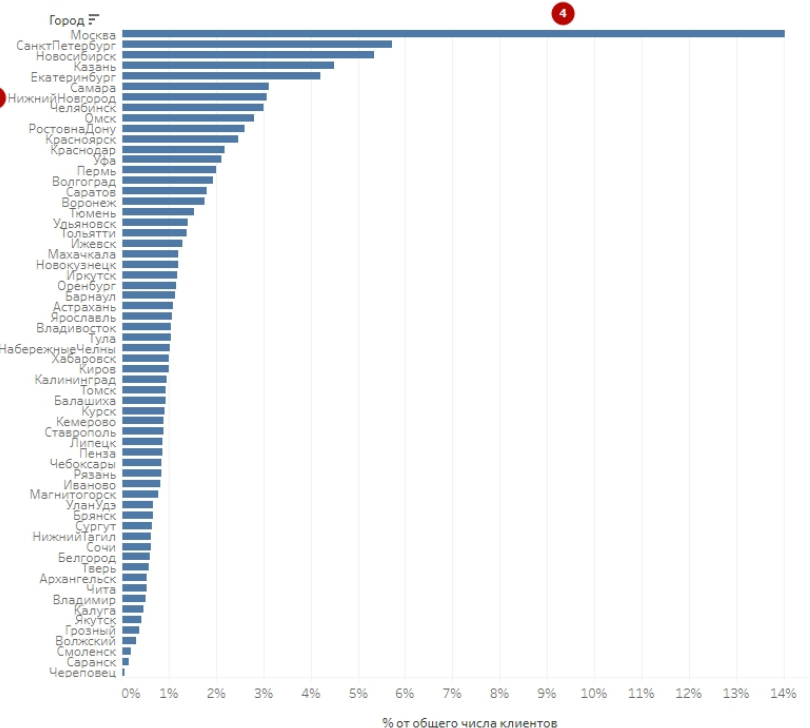
Распределение участников по полу и возрасту



Распределение участников по группам NPS



Распределение участников по городам



- В число сторонников (1) чаще всего входят москвичи (4) в возрасте от 35 до 44 лет (2) из категории старых клиентов (3).



# Характеристики критиков

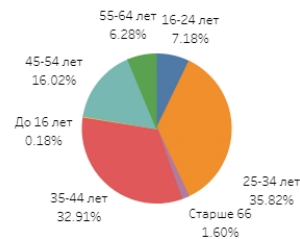
## Уровень потребительской лояльности (NPS) в России

Дашборд описывает показатель NPS на территории России и его зависимость от разных клиентских признаков.

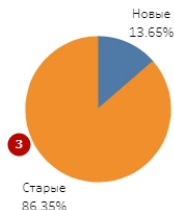
Значение NPS

-100.00%

Распределение участников по возрасту



% новых клиентов



## Настройки

Возрастна... (All) | Группа NPS: Критики (All) [X] Критики [ ] Нейтралы [ ] Сторонники [ ]

Возраст / пол: (All) | Город: (All) | Лайфтайм-с: (All)

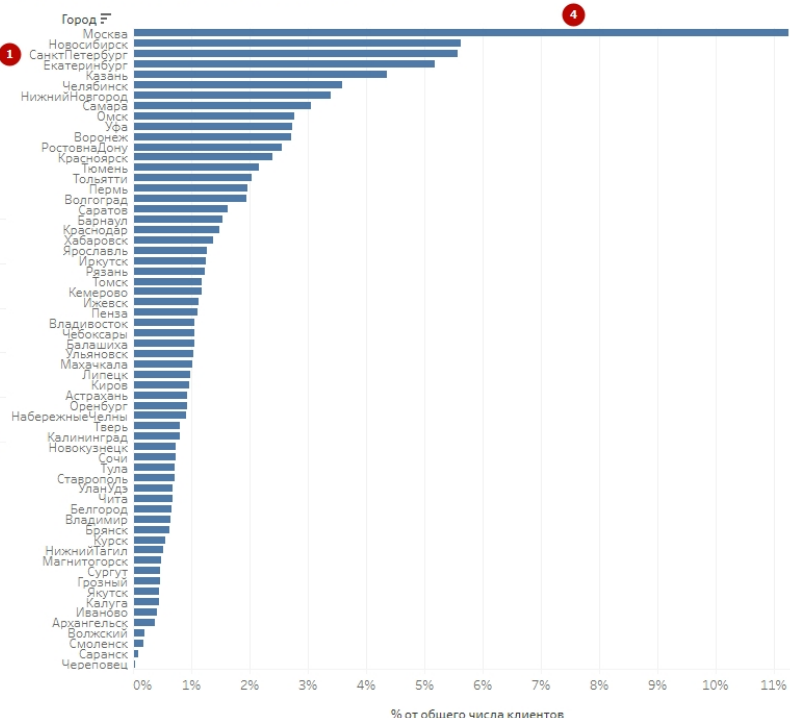
Распределение участников по полу и возрасту



Распределение участников по группам NPS



Распределение участников по городам



- Характеристика критиков отличается только возрастной категорией — от 25 до 34 лет (2).

# Динамика NPS в разных группах

## NPS в разных группах

Пол	Лайфтайм-..	Возрастная категория						
		до 16	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	66 +
Женский	Новые	22.22%	21.65%	30.98%	42.01%	51.47%	58.78%	59.82%
	Старые	-3.07%	0.17%	8.49%	21.39%	32.74%	43.94%	54.37%
Мужской	Новые	5.81%	19.33%	26.16%	37.39%	45.60%	49.60%	57.72%
	Старые	-15.02%	-2.77%	2.81%	15.81%	26.20%	35.80%	43.54%

- Самый высокий NPS у группы старых клиентов женского пола старше 66 лет, а самый низкий — у старых клиентов мужского пола в возрасте до 16 лет.
- NPS растет для обоих полов и обоих лайфтайм-статусов от самой молодой категории к самой возрастной.