

Автор: Кочетков Д.А.

Дата: 14.11.24



Выпускной проект

Исследование отточных клиентов банка

Контакты:

Тел. +7 925 355 93 17

Почта danila8991@yandex.ru

Цель исследования:

Максимально эффективно выделить сегменты отточных клиентов, чтобы они были однородными, высокоотточными и покрывали максимум проблемных зон банка. Таким образом, маркетинговое воздействие на эти сегменты должно привести к уменьшению оттока клиентов.

Результаты:

Признаки влияющие на отток клиентов:

- 1) У многих отточных клиентов баланс свыше 750 т.р.
- 2) У многих отточных клиентов заработная плата свыше 115 т.р.
- 3) Большинство были активные за последнее время
- 4) Мужчин среди отточных клиентов почти в 2 раза больше, чем женщин
- 5) Клиенты обладающие 2-5 продуктами больше склонны к оттоку
- 6) Клиенты которые не имеют кредитные карту больше склонны к оттоку
- 7) Почти все клиенты как отточные, так и лояльные в основном из города Ярославль
- 8) Основная масса клиентов как отточных, так и лояльных имеет возраст 26-60 лет

Анализ основных статистик по каждому признаку


Ключевые моменты:

- Баланс на счёте клиента больше на 308 т.р. у отточных клиентов!
- Больше всего клиентов банка имеют 2 продукта !
- Активнее себя ведут нелояльные клиенты!
- Основной возраст клиентов составляет 40 лет!
- Среди клиентов банка мужчины менее лояльны, чем женщины!

Таблица со средними, медианами, модами и учетом лояльности

	метрика	остаются	уходят
0	среднее_балов_скоринга	845.44	863.36
1	медиана_балов_скоринга	848.00	866.00
2	среднее_баланса	733789.92	1134458.21
3	медиана_баланса	475382.45	783908.90
4	среднее_зарплаты	147788.27	148357.48
5	медиана_зарплаты	118247.25	125408.88
6	медиана_оценки_собственности	3.00	4.00
7	медиана_продуктов	2.00	2.00
8	медиана_кредитной_карты	1.00	1.00
9	медиана_последней_активности	0.00	1.00
10	медиана_возраста	40.00	39.00
11	мода_полового_признака	Ж	М
12	мода_города_клиента	Ярославль	Ярославль

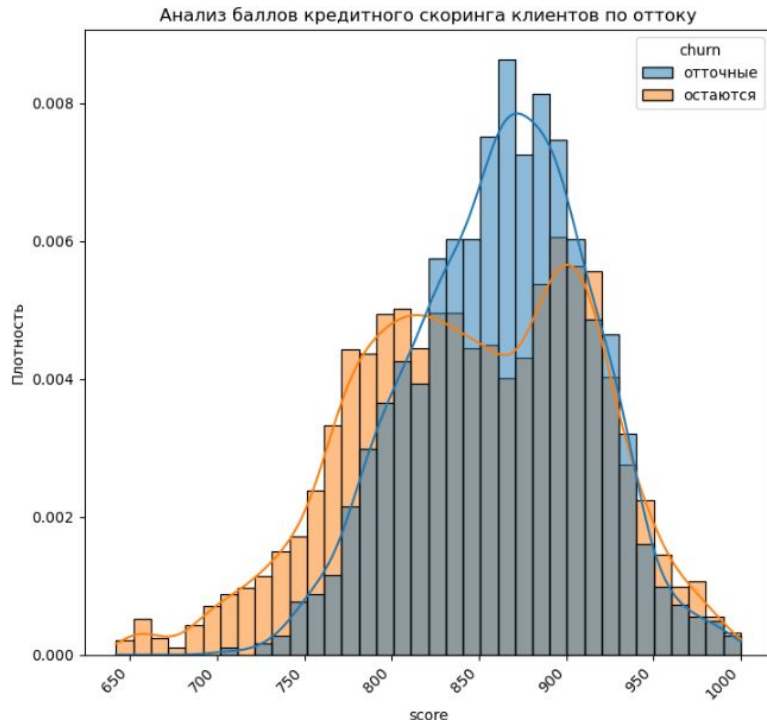
Таблица с относительной разницей для непрерывных показателей с учетом лояльности по средним значениям



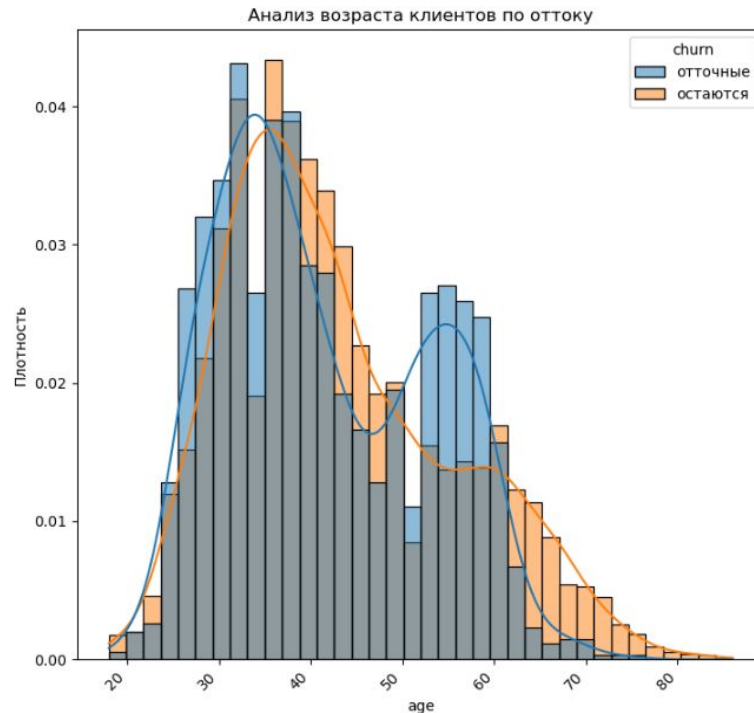
	метрика	относительная_разница
0	балы_кредитного_скоринга	2.08
1	баланс_клиента	35.32
2	зарплата_клиента	0.38

Баланс нелояльных клиентов превышает баланс лояльных клиентов на 35.32%, если рассматривать средние значения!

Анализ распределений непрерывных переменных

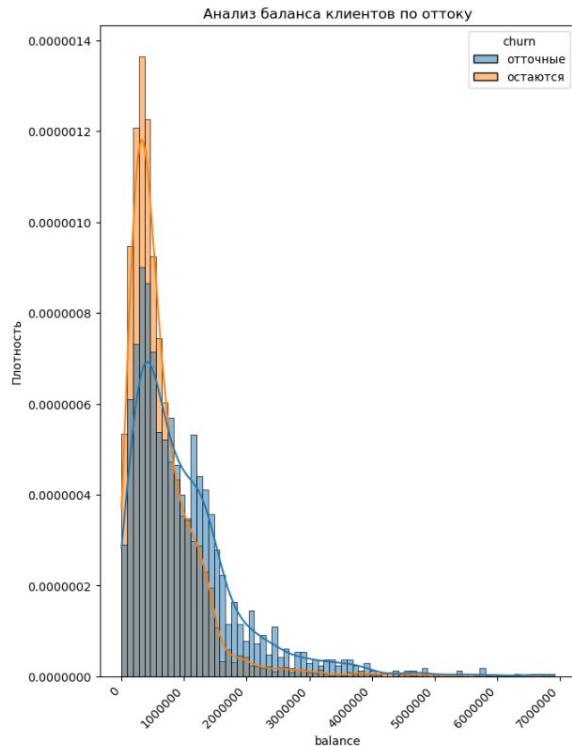


В баллах кредитного скоринга большая отточная группа клиентов сосредоточена в диапазоне 820-910 и маленькая в соседнем диапазоне 930-940

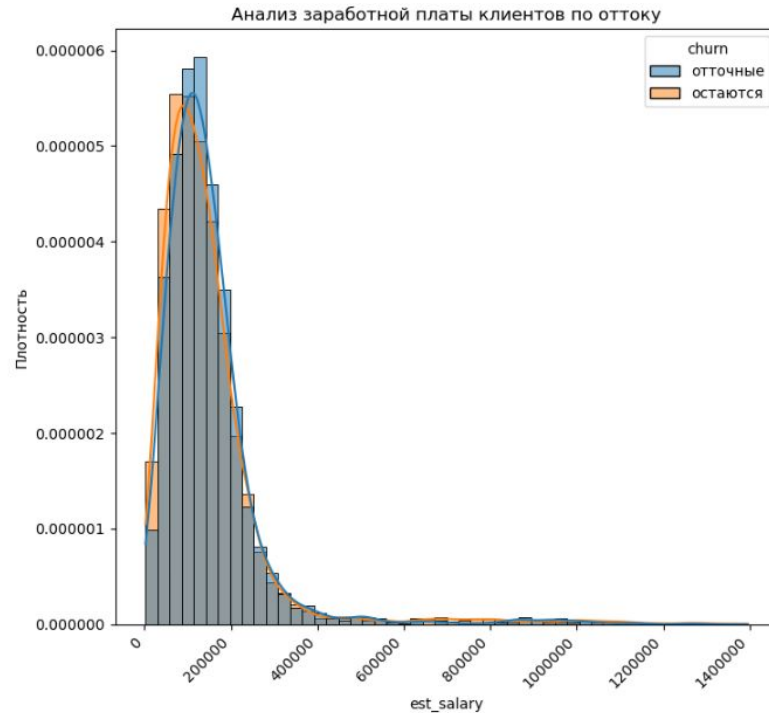


В возрасте клиентов прослеживается 2 большие отточные группы в диапазоне 26-34 лет и 50-60 лет

Анализ распределений непрерывных переменных

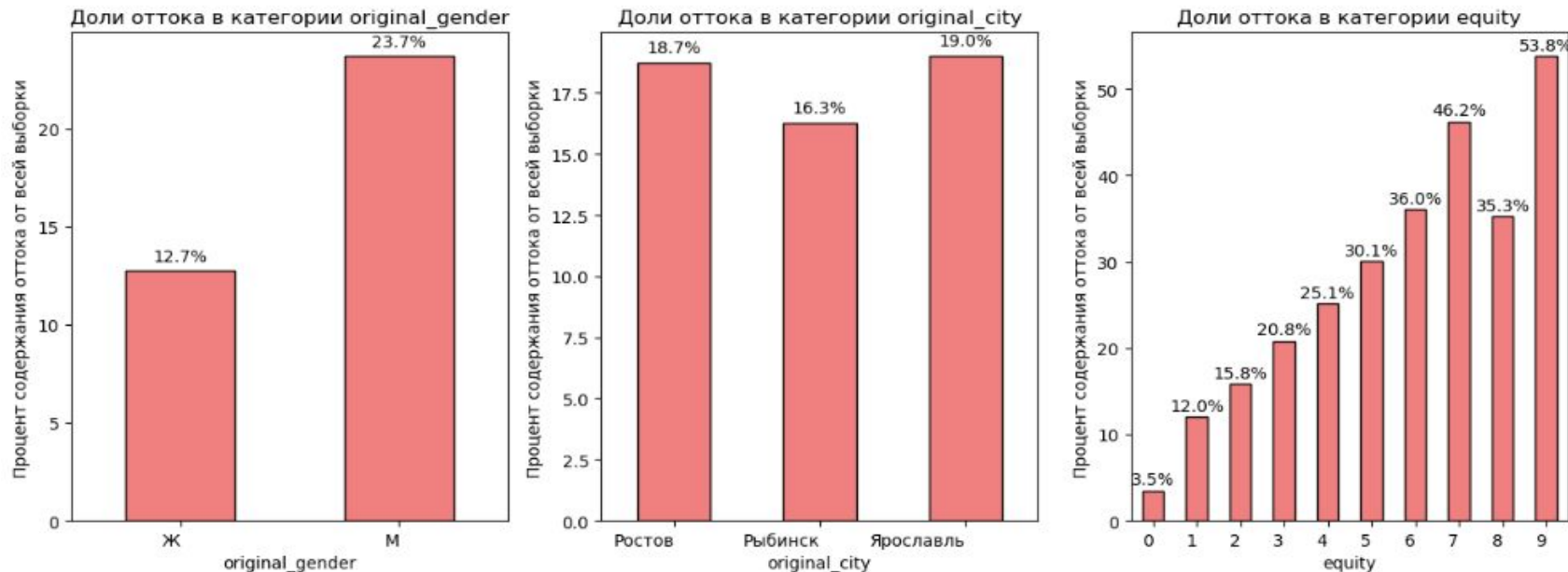


В основную группу отточных входят клиенты с балансом свыше 750 т.р.



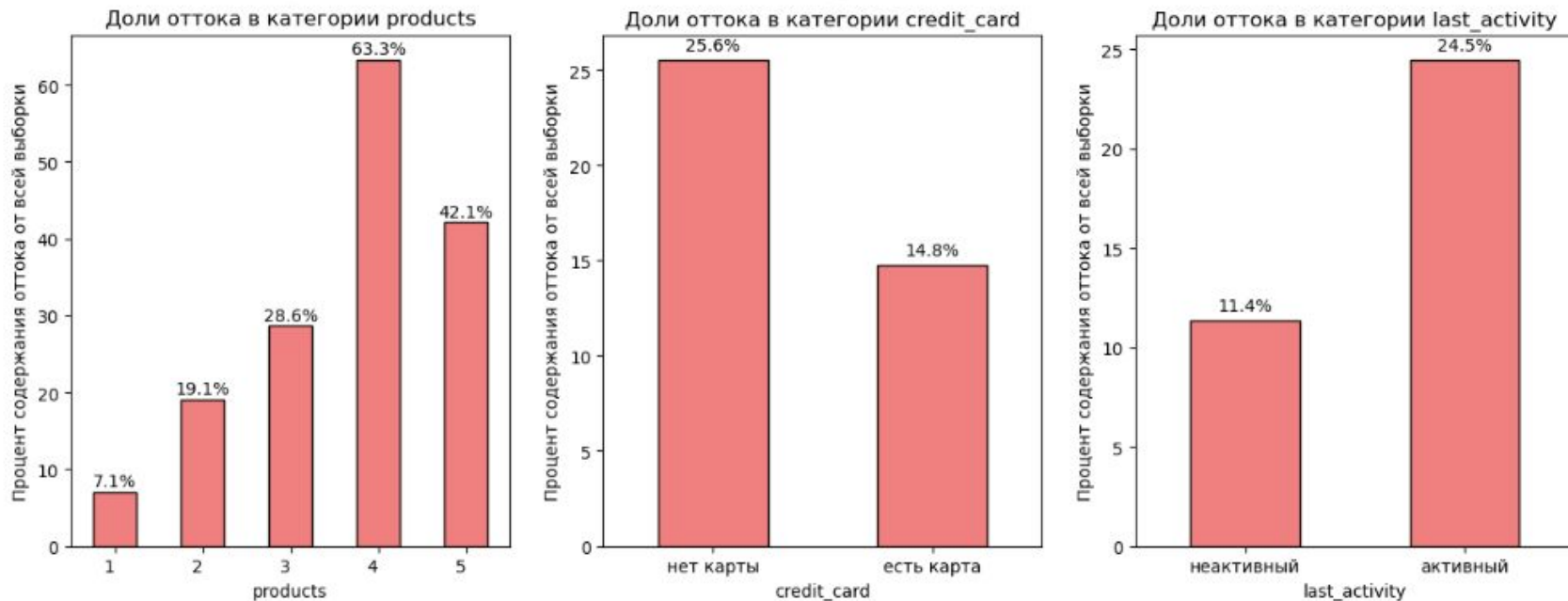
Основной уровень оттока по приблизительным зарплатам клиентов наблюдается в диапазоне 115-225 т.р. Во время сегментации есть смысл объединить всех отточных в группы с зарплатой больше 115 т. р.

Уровни оттока по категориям (расчет долей оттока)



- По половому признаку отточных клиентов мужчин больше - 23.7%
- Географическое расположение имеет примерно одинаковое количество отточных клиентов
- Клиенты с высокой оценкой собственности более отточны

Уровни оттока по категориям (расчет долей оттока)



- По количеству продуктов, которыми пользуется клиент больше всего оттока у клиентов с 4 продуктами - 63.3%, далее идут клиенты с 5 продуктами - 42.1% и с 3 продуктами - 28.6% !
- Клиенты без кредитной карты больше склонны к оттоку !
- Активные клиенты имеют большую долю оттока, чем неактивные !

Корреляционный анализ



Корреляция с оттоком (churn), превышающая 10% по модулю Шкале Чеддока:

equity: 0.35 (Умеренная связь)

last_activity: 0.26 (Слабая связь)

products: 0.26 (Слабая связь)

score: 0.23 (Слабая связь)

original_gender: 0.22 (Слабая связь)

gender_Ж: 0.22 (Слабая связь)

gender_M: 0.22 (Слабая связь)

credit_card: 0.20 (Слабая связь)

age: 0.19 (Слабая связь)

В данных есть умеренная связь по Шкале Чеддока между churn и equity 0.35. Практически умеренную связь достигают параметры last_activity и products по 0.26

Проверка статистических гипотез

Гипотеза 1. Влияние дохода на отток клиентов:

Итоговый вывод: Результат теста показывает, что На уровне значимости 5% есть статистически значимая связь между доходом клиентов и их вероятностью ухода (оттока). Это означает, что доход клиентов влияет на их решение покинуть компанию.

Гипотеза 2. Влияние баланса на отток клиентов

Итоговый вывод: На уровне значимости 2.5% можно заключить, что высокий баланс клиентов оказывает влияние на вероятность оттока, а низкий баланс не показал статистически значимой связи с оттоком клиентов.

Приоритизация сегментов для исследования

На основе анализа примерных сегментов можно выделить те сегменты, отток в которых превышает 37% - в 2 раза больше чем отток клиентов из банка!

Топ 5 важных сегментов: Вместо сегмента 1, можно выделить сегмент 8, т.к. 1 сегмент схож с 3!

- Сегмент 3: Клиенты с высокой заработной платой, высоким балансом и высокой активностью
- Сегмент 13: Клиенты с высоким балансом, высокой активностью и с 2-мя и более продуктами
- Сегмент 6: Мужчины с высоким балансом и высокой приблизительной оценкой собственности
- Сегмент 10: Клиенты с высоким балансом, высокой приблизительной оценкой собственности и без кредитной карты
- Сегмент 8: Клиенты в возрасте от 26 до 60 лет с высоким балансом

сегмент	уровень_оттока	количество_отточных_клиентов	количество_всех_клиентов
Segment 3	0.59	506.00	859.00
Segment 13	0.51	639.00	1257.00
Segment 1	0.49	687.00	1415.00
Segment 6	0.46	583.00	1265.00
Segment 10	0.43	482.00	1112.00
Segment 5	0.43	386.00	904.00
Segment 8	0.42	655.00	1558.00
Segment 11	0.38	970.00	2571.00
Segment 7	0.36	1049.00	2909.00
Segment 4	0.32	1122.00	3462.00
Segment 9	0.26	408.00	1550.00
Segment 2	0.25	824.00	3340.00
Segment 12	0.16	659.00	4052.00

Выводы для отдела маркетинга

Признаки влияющие на отток клиентов:

1. У многих отточных клиентов баланс свыше 750 т.р.
2. У многих отточных клиентов заработная плата свыше 115 т.р.
3. Большинство были активные за последнее время
4. Мужчин среди отточных клиентов почти в 2 раза больше, чем женщин
5. Клиенты обладающие 2-5 продуктами больше склонны к оттоку
6. Клиенты которые не имеют кредитные карту больше склонны к оттоку
7. Почти все клиенты как отточные, так и лояльные в основном из города Ярославль
8. Основная масса клиентов как отточных, так и лояльных имеет возраст 26-60 лет

Сегменты требующие особого внимания для снижения оттока:

1. Клиенты с высокой заработной платой, высоким балансом и высокой активностью;
2. Клиенты с высоким балансом, высокой активностью с 2-мя и более продуктами;
3. Мужчины с высоким балансом и высокой приблизительной оценкой собственности;
4. Клиенты с высоким балансом, высокой приблизительной оценкой собственности и без кредитной карты;
5. Клиенты в возрасте от 26 до 60 лет с высоким балансом.

Рекомендации для отдела маркетинга по сегменту 1

Клиенты с высокой заработной платой, высоким балансом и высокой активностью

Описание сегмента: Уровень оттока высокий. Клиенты с доходом свыше 115 тыс. руб., балансом от 750 тыс. руб., регулярно пользующиеся услугами банка.

Рекомендации:

- Программа премиальных накоплений: Создать специальные накопительные программы с повышенной доходностью для клиентов с высокой активностью. Например, предложить повышенную ставку для вкладов с регулярным пополнением.
- Индивидуальные инвестиционные предложения: Предоставить персональные консультации по инвестициям и доступ к закрытым паевым фондам или облигациям с минимальным порогом для крупных вкладчиков.
- Клуб лояльности для премиум-клиентов: Запустить программу, поощряющую частые и высокие пополнения. Включить в нее льготные ставки по кредитам, дополнительные бонусы за активное использование и доступ к закрытым мероприятиям.

Рекомендации для отдела маркетинга по сегменту 2

Клиенты с высоким балансом, высокой активностью и несколькими банковскими продуктами (2-5)

Описание сегмента: Уровень оттока повышенный. Эти клиенты пользуются несколькими продуктами (например, вкладами, брокерскими счетами, премиальными картами), поддерживают баланс свыше 750 тыс. руб. и активно взаимодействуют с банком.

Рекомендации:

- Комплексные пакетные предложения: Ввести продуктовые комплекты с выгодными условиями для объединения нескольких услуг. Например, предоставить скидки на обслуживание брокерского счета и повышенный процент по депозитам для клиентов, одновременно использующих три и более продукта.
- Накопительные бонусы за активность: Запустить накопительную бонусную программу, поощряющую клиентов за частое использование разных продуктов. Предоставить возможность обмена бонусов на скидки, повышенные проценты или эксклюзивные банковские услуги.
- Премиальные сервисы для крупных вкладчиков: Добавить возможность приоритетного обслуживания и специализированных консультаций, что поможет создать ощущение привилегированного положения для клиентов этого сегмента.

Рекомендации для отдела маркетинга по сегменту 3

Мужчины с высоким балансом и высокой приблизительной оценкой собственности

Описание сегмента: Высокий отток. Мужчины, имеющие значительный баланс и высокую оценку собственности, часто ищут более выгодные условия для пассивного дохода.

Рекомендации:

- Инвестиционные пакеты с пассивным доходом: Разработать специализированные инвестиционные пакеты с минимальным риском и акцентом на пассивный доход. Например, предложить закрытые инвестиционные фонды с устойчивым доходом, подстрахованные капиталом.
- Консьерж-сервис для состоятельных клиентов: Ввести консьерж-услуги, включая помощь в выборе объектов для вложения, например, недвижимости или долгосрочных активов с поддержкой банка.
- Мужские премиальные программы: Разработать пакетные предложения с привилегиями, включая увеличенные ставки на депозиты, доступ к эксклюзивным премиальным картам с низкими комиссиями и программами кэшбэка на крупные покупки.

Рекомендации для отдела маркетинга по сегменту 4

Клиенты с высоким балансом, высокой приблизительной оценкой собственности и без кредитной карты

Описание сегмента: Уровень оттока высокий. Клиенты с крупными сбережениями, высоко оценивающие свое имущество, предпочитают накопительные продукты и не нуждаются в кредитных картах.

Рекомендации:

- Премияльные накопительные программы без кредитных обязательств: Создать премиальные вклады и накопительные счета с повышенными ставками для клиентов, не нуждающихся в кредитах. Предложить повышенную доходность и льготы на комиссии за длительное хранение средств.
- Долгосрочные программы лояльности с ежегодным бонусом: Ввести программу, где клиенты получают повышенные ставки на вклады при минимальном снятии средств в течение года. Можно также предложить дополнительные бонусы за продление срока хранения средств.
- Упрощенная система перевода и управления средствами: Для клиентов, не пользующихся кредитами, упростить онлайн-доступ к операциям с крупными вкладами и предложить удобные инструменты для перевода средств в другие активы.

Рекомендации для отдела маркетинга по сегменту 5

5. Клиенты в возрасте от 26 до 60 лет с высоким балансом

Описание сегмента: Высокий отток. Эти клиенты имеют значительный баланс, находятся в активном трудоспособном возрасте, и склонны интересоваться долгосрочным накоплением.

Рекомендации:

- Услуги по управлению активами: Ввести программу управления активами с акцентом на сохранение и рост капитала. Например, предоставить персонального менеджера, который помогает составлять портфель с учетом рисков и предпочтений клиента.
- Семейные и пенсионные накопительные программы: Создать долгосрочные накопительные программы для клиентов и их семей, которые предлагают бонусы и улучшенные условия при переходе на пенсионные вклады или создании фонда для членов семьи.
- Программы капитализации для передачи наследства: Ввести специализированные программы капитализации для клиентов, интересующихся наследственными накоплениями, что особенно актуально для старшей части сегмента.

Эти рекомендации сфокусированы на специфических потребностях и предпочтениях каждого сегмента, что поможет повысить лояльность клиентов и снизить отток, удовлетворяя их запросы на выгоду и удобство.