

Анализ причин оттока и сегментация клиентов банка

"МетанПром"

Презентация: <https://disk.yandex.ru/i/9xDp32w7cQzDCw>

Описание проекта

Проведение данного исследования необходимо коллегам из отдела маркетинга, для определения причин оттока клиентов и составления стратегии по их удержанию. Для достижения целей и помощи коллегам нам предстоит провести исследовательский и статистический анализ данных, сегментировать клиентов и на основании этого сформулировать предложения, которые помогут сократить отток и лучше понимать потребности клиентов.

Описание данных

Датасет содержит данные о клиентах банка «Метанпром». Банк располагается в Ярославле и областных городах: Ростов Великий и Рыбинск.

Колонки:

- `userid` — идентификатор пользователя,
- `score` — баллы кредитного скоринга,
- `City` — город,
- `Gender` — пол,
- `Age` — возраст,
- `Objects` — количество объектов в собственности,
- `Balance` — баланс на счёте,
- `Products` — количество продуктов, которыми пользуется клиент,
- `CreditCard` — есть ли кредитная карта,
- `Loyalty` — активный клиент,
- `estimated_salary` — заработная плата клиента,
- `Churn` — ушёл или нет.

In [1]:

```
# здесь сразу импортируем все библиотеки, которые потребуются в работе
import pandas as pd
import numpy as np

from matplotlib import pyplot as plt
%matplotlib inline
import seaborn as sns

from plotly import graph_objects as go

from scipy import stats as st

import warnings
warnings.filterwarnings('ignore')

import statistics as stat

from scipy.cluster.hierarchy import dendrogram, linkage

from sklearn.preprocessing import StandardScaler
```

```

from sklearn.model_selection import train_test_split
from sklearn.metrics import accuracy_score, precision_score, recall_score, f1_score, silhouette_score

from sklearn.linear_model import LogisticRegression
from sklearn.ensemble import RandomForestClassifier
from sklearn.cluster import KMeans
from sklearn import tree
from sklearn.tree import DecisionTreeClassifier
#from IPython.display import Image
from sklearn.tree import plot_tree

import phik
from phik.report import plot_correlation_matrix
from phik import report

#import numba
#import click

```

```

In [2]: # считаем данные и посмотрим первые строки DataFram-a

try:
    df = pd.read_csv('bank_dataset.csv')
except:
    df = pd.read_csv('/datasets/bank_dataset.csv')

df.head()

```

```

Out[2]:

```

	userid	score	City	Gender	Age	Objects	Balance	Products	CreditCard	Loyalty	estimated_salary	Churn
0	15677338	619	Ярославль	Ж	42	2	NaN	1	1	1	101348.88	0
1	15690047	608	Рыбинск	Ж	41	1	83807.86	1	0	1	112542.58	0
2	15662040	502	Ярославль	Ж	42	8	159660.80	3	1	0	113931.57	0
3	15744090	699	Ярославль	Ж	39	1	NaN	2	0	0	93826.63	0
4	15780624	850	Рыбинск	Ж	43	2	125510.82	1	1	1	79084.10	0

```

In [3]: # параметры формата
pd.set_option('display.float_format', '{:.2f}'.format)

```

```

In [4]: df.info()

<class 'pandas.core.frame.DataFrame'>
RangeIndex: 10000 entries, 0 to 9999
Data columns (total 12 columns):
 #   Column                Non-Null Count  Dtype  
---  -
 0   userid                10000 non-null  int64  
 1   score                 10000 non-null  int64  
 2   City                  10000 non-null  object  
 3   Gender                10000 non-null  object  
 4   Age                   10000 non-null  int64  
 5   Objects               10000 non-null  int64  
 6   Balance               6383 non-null   float64 
 7   Products              10000 non-null  int64  
 8   CreditCard            10000 non-null  int64  
 9   Loyalty               10000 non-null  int64  
10  estimated_salary      10000 non-null  float64 
11  Churn                 10000 non-null  int64  

```

dtypes: float64(2), int64(8), object(2)
memory usage: 937.6+ KB

```
In [5]: print(1 - df['Balance'].count()/df.shape[0])
```

0.3617

```
In [6]: # проверка на наличие явных дубликатов  
df.duplicated().sum()
```

Out[6]: 0

Имеем таблицу, содержащую 10 тысяч строк.

- в целом типы данных соответствуют по смыслу, содержащейся в ячейках информации, однако для столбцов `CreditCard`, `Loyalty`, `Churn` больше подходит тип данных `boolean`;
- имена столбцов необходимо привести к единому виду для удобства;
- явных дубликатов нет;
- столбец `userid` не несет для нашего исследования важной информации и будет мешать;
- для столбцов `gender` и `city` с категориальными строковыми значениями добавим числовые кодирующие столбцы, для удобства дальнейшего анализа;
- имеем достаточно большое количество пропусков в столбце `Balance` около 36% от общего числа записей.

Рассмотрим проблемный столбец `Balance` более подробно

```
In [7]: # посмотрим детальнее на столбец Balance  
df['Balance'].describe().to_frame()
```

Out[7]:

	Balance
count	6383.00
mean	119827.49
std	30095.06
min	3768.69
25%	100181.98
50%	119839.69
75%	139512.29
max	250898.09

Разброс по балансу составляет от 3 768 до 250 898. При этом нет нулевых балансов.

Принимая во внимание предметную область, можно предположить, две причины возникновения пропусков

- технический сбой / отсутствие прав на доступ к таблице с балансом при выгрузке;
- нулевой баланс

В первом случае нам нечем заполнить пропуски, медианные и средние значения для клиентов с аналогичными социально-демографическими чертами не будут релевантны.

С другой стороны сложно представить, что в выборке из 10 тысяч клиентов нет людей с нулевым балансом, т.к. причин его возникновения может быть масса, например:

- кредитная карта / счет могут закрываться в течении 40-60 дней, при этом баланс должен быть нулевым для корректного закрытия;
- дебетовые продукты / зарплатные по которым у клиента закончились деньги / он их перевел куда - то.

Второе предположение кажется мне более правдоподобным, хотя и вероятность сбоя исключить нельзя. Поскольку избавиться от строк с пропусками мы не можем, ввиду их большого числа, поэтому попробуем заменить пропущенные значения нулями.

Вывод

На данном шаге познакомились с представленными данными. Сформулируем финальный список задач по предобработке.

- `CreditCard` , `Loyalty` , `Churn` - привести к типу `boolean` ;
- имена столбцов привести к нижнему регистру;
- избавиться от столбца `userid` ;
- провести кодирование столбцов с категориальными переменными;
- заменить пропуски в столбце `Balance` нулями.

Переходим к следующему шагу.

Предобработка

Проводим предобработку по списку определенному на шаге 2.

```
In [8]: # приведем строки к нижнему регистру
df.columns = df.columns.str.lower()
# убираем столбец userid
df = df.drop('userid', axis=1)
# заменяем пропуски нулями
df = df.fillna(0)
```

Построим матрицу корреляций `phic` с балансом и категориальными переменными.

```
In [9]: cols_to_keep = ["balance", "city", "gender", "churn", "products", "loyalty", "creditcard"]
df_phic = df[cols_to_keep]
phik_overview = df_phic.phik_matrix()
phik_overview.round(2).head(1)
```

```
interval columns not set, guessing: ['balance', 'churn', 'products', 'loyalty', 'creditcard']
```

```
Out[9]:
```

	balance	city	gender	churn	products	loyalty	creditcard
balance	1.00	0.46	0.00	0.18	0.37	0.02	0.05

Баланс сильнее всего коррелирует с городом и количеством продуктов. Далее посмотрим какова доля пропущенных значений баланса в каждой из категорий (город, продукты)

```
In [10]: display(df.query("balance == 0").groupby('city')['balance'].count()/df.groupby('city')['balance'].count())
display(df.query("balance == 0").groupby('products')['balance'].count()/df.groupby('products')['balance'].count())
```

```

city
Ростов Великий      NaN
Рыбинск              0.48
Ярославль            0.48
dtype: float64
products
1      0.18
2      0.57
3      0.37
4      0.23
dtype: float64

```

Пропуски баланса характерны только для одного города Ростов Великий. Интересно, что доля пропусков в Рыбинске и Ярославле одинаковая, чуть менее половины. Таким образом пропуски можно отнести к категории MNAR (Missing Not At Random / Отсутствует не случайно) — пропуски зависят от данных, их нельзя отбрасывать, т.к. это приведёт к заметным искажениям.

```

In [11]: # добавляем кодирующие столбцы для города
df['yaroslavl'] = 0
df.loc[df['city'] == 'Ярославль', 'yaroslavl'] = 1
df['rybinsk'] = 0
df.loc[df['city'] == 'Рыбинск', 'rybinsk'] = 1
df['rostov'] = 0
df.loc[df['city'] == 'Ростов Великий', 'rostov'] = 1

# добавляем кодирующие столбцы для гендерного признака
df.loc[df['gender'] == 'М', 'gender_bool'] = 0
df.loc[df['gender'] == 'Ж', 'gender_bool'] = 1

```

```

In [12]: pd.get_dummies(df['city']).join(
          df['gender'].map({'М':0, 'Ж':1})
        )

```

```

Out[12]:

```

	Ростов Великий	Рыбинск	Ярославль	gender
0	0	0	1	1
1	0	1	0	1
2	0	0	1	1
3	0	0	1	1
4	0	1	0	1
...
9995	0	0	1	0
9996	0	0	1	0
9997	0	0	1	1
9998	1	0	0	0
9999	0	0	1	1

10000 rows × 4 columns

```

In [13]: df.head()

```

```

Out[13]:

```

score	city	gender	age	objects	balance	products	creditcard	loyalty	estimated_salary	churn	yarosl
-------	------	--------	-----	---------	---------	----------	------------	---------	------------------	-------	--------

	score	city	gender	age	objects	balance	products	creditcard	loyalty	estimated_salary	churn	yarosl
0	619	Ярославль	Ж	42	2	0.00	1	1	1	101348.88	1	
1	608	Рыбинск	Ж	41	1	83807.86	1	0	1	112542.58	0	
2	502	Ярославль	Ж	42	8	159660.80	3	1	0	113931.57	1	
3	699	Ярославль	Ж	39	1	0.00	2	0	0	93826.63	0	
4	850	Рыбинск	Ж	43	2	125510.82	1	1	1	79084.10	0	

На предыдущем шаге мы предположили, что нулевой баланс может быть у пользователей закрывающихся кредитных карт. Проверим у скольких пользователей КК среди строк в которых мы установили баланс равным нулю.

```
In [14]: df.query("creditcard == 1 & balance==0").shape[0]
```

```
Out[14]: 2592
```

Из 3617 пропусков в балансе 2592 пришлось на владельцев кредитных карт, что косвенно подтверждает предположение о закрывающейся кредитке, но и не отменяет варианта с техническим сбоем.

Вывод

На данном шаге провели предобработку данных согласно списку, определенному в шаге 2.

Исследовательский анализ данных

Метрики и распределения данных

Для начала посмотрим значения ключевых метрик для имеющихся данных.

```
In [15]: df.describe().T
```

```
Out[15]:
```

	count	mean	std	min	25%	50%	75%	max
score	10000.00	650.53	96.65	350.00	584.00	652.00	718.00	850.00
age	10000.00	38.92	10.49	18.00	32.00	37.00	44.00	92.00
objects	10000.00	5.01	2.89	0.00	3.00	5.00	7.00	10.00
balance	10000.00	76485.89	62397.41	0.00	0.00	97198.54	127644.24	250898.09
products	10000.00	1.53	0.58	1.00	1.00	1.00	2.00	4.00
creditcard	10000.00	0.71	0.46	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
loyalty	10000.00	0.52	0.50	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
estimated_salary	10000.00	100090.24	57510.49	11.58	51002.11	100193.91	149388.25	199992.48
churn	10000.00	0.20	0.40	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
yaroslavl	10000.00	0.50	0.50	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
rybinsk	10000.00	0.25	0.43	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00
rostov	10000.00	0.25	0.43	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00
gender_bool	10000.00	0.45	0.50	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00

Можно отметить следующее:

- возраст клиентов банка чаще всего от 32 до 44 лет, но встречаются граждане 18 и 92 лет;
- доход клиентов в большинстве случаев варьируется от 51 до 149 тысяч, в среднем около 100 тысяч, однако это не точные данные, доход рассчитан;
- кредитный рейтинг довольно неплохой в среднем около 650.

Чтобы лучше понимать это значение посмотрим градацию коллег из совкомбанка

<https://sovcombank.ru/blog/kredit/hto-takoe-kreditnii-reiting>

0 — 300 баллов: очень низкий, получить кредит практически невозможно.

300 — 500 баллов: низкий, получить кредит очень сложно.

500 — 600 баллов: средний, получить кредит будет непросто.

600 — 700 баллов: хороший, получить кредит будет довольно просто.

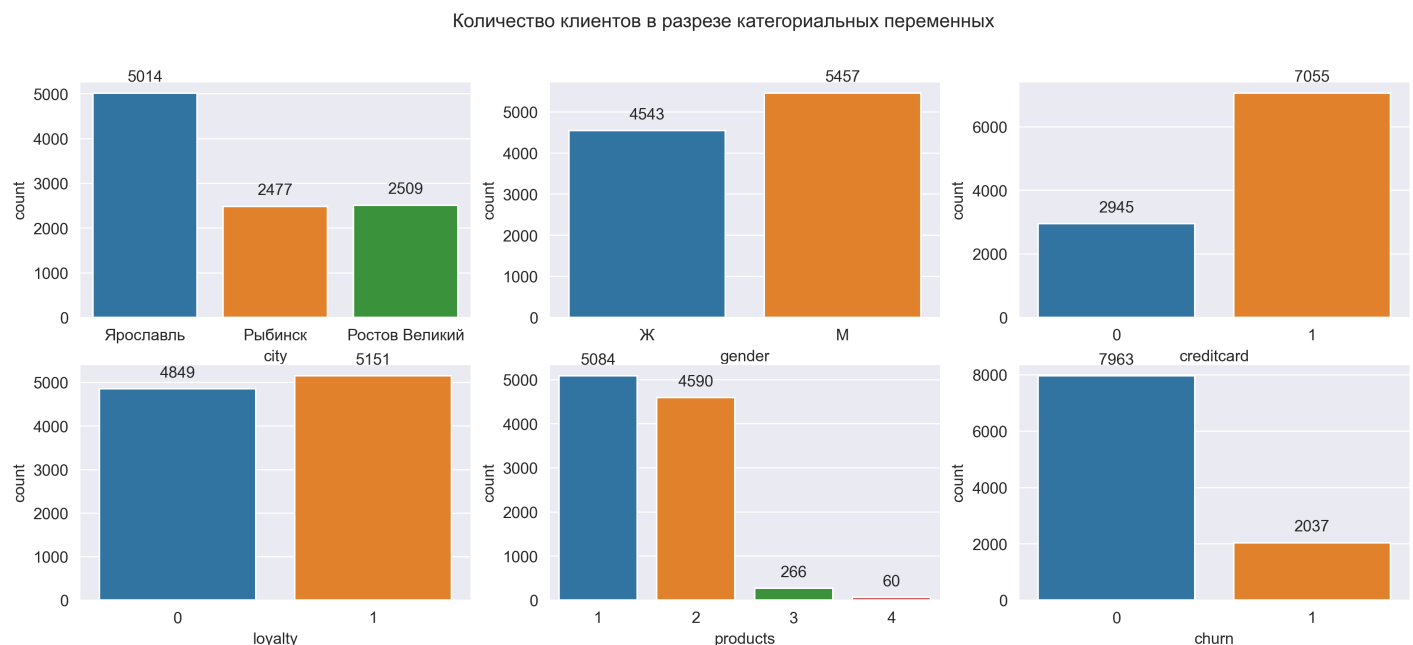
700 — 850 баллов: очень хороший, банки выстраиваются к вам в очередь со своими предложениями.

Посмотрим на графики распределения. Вначале для категориальных величин.

In [16]:

```
sns.set_style("darkgrid")
column_list = ['city', 'gender', 'creditcard', 'loyalty', 'products', 'churn']

fig, ax = plt.subplots(2, 3)
fig.set_size_inches(15, 6)
fig.set_dpi(300)
for variable, subplot in zip(column_list, ax.flatten()):
    splot = sns.countplot(df[variable], ax=subplot)
    for p in splot.patches:
        splot.annotate('{:.0f}'.format(p.get_height()), (p.get_x() + p.get_width()/2., p.get_height()))
fig.suptitle("Количество клиентов в разрезе категориальных переменных");
```



на графиках видим:

- в Рыбинске и Ростове Великом примерно поровну клиентов, в Ярославле гораздо больше, все логично;

- мужчин немного больше чем женщин;
- Владельцев КК значительно больше чем клиентов не пользующихся картой;
- клиентов совершают какие-либо действия в приложении и не делающих этого практически поровну;
- в выборке есть клиенты с 1,2,3 и 4 продуктами банка, преобладают с 1 или 2;
- отток довольно большой, около 20%.

Теперь построим распределения для количественных данных

In [17]:

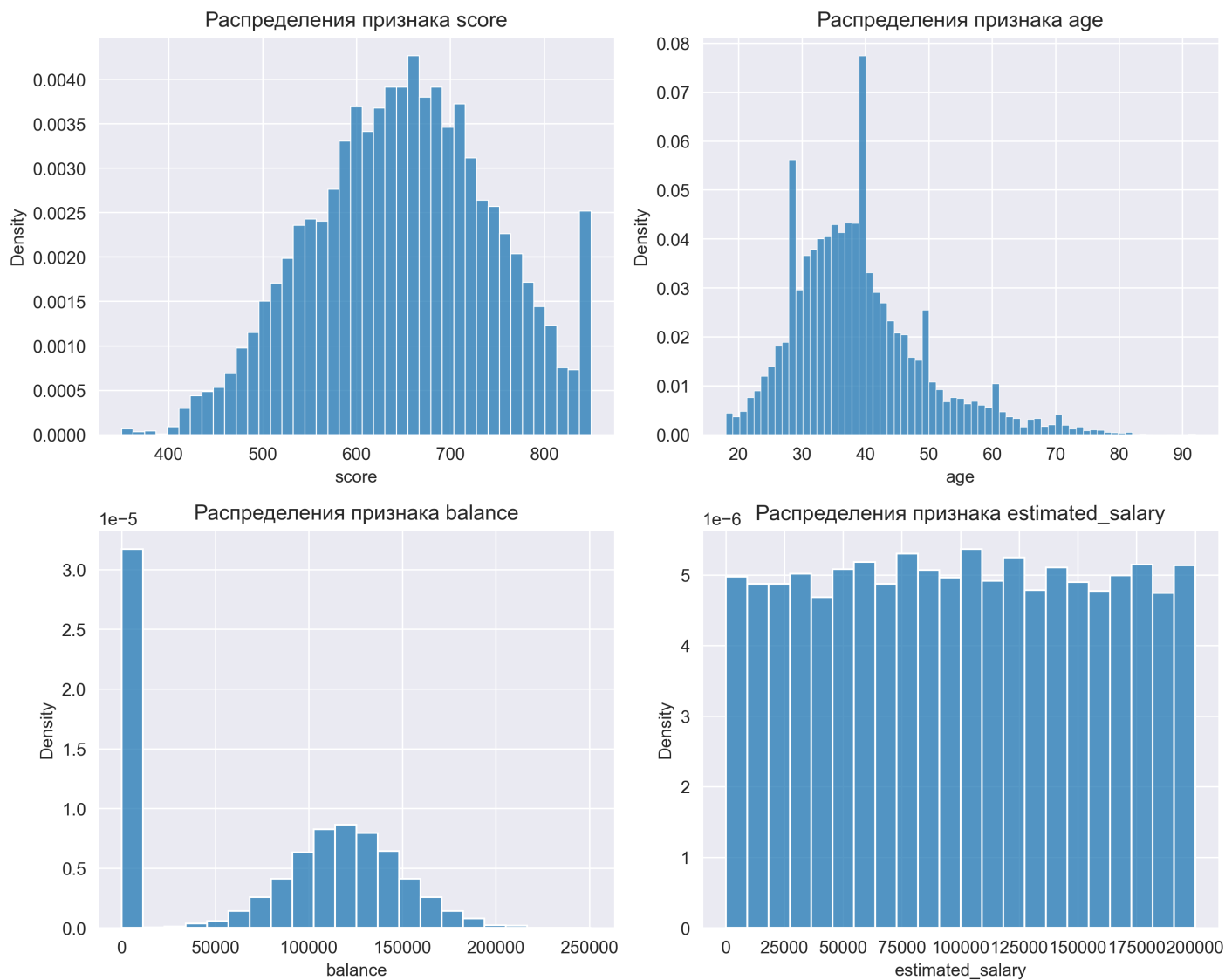
```
sns.set_style("darkgrid")
column_list = ['score', 'age', 'balance', 'estimated_salary']

fig, axs = plt.subplots(len(column_list) // 2, 2)
fig.set_size_inches(10, 8)
fig.set_dpi(300)

new_axs = [item for sublist in axs for item in sublist]

for i, column in enumerate(column_list):
    sns.histplot(data=df, x=column, stat='density', common_norm=False, palette="Blues_d",
                new_axs[i].set_title('Распределения признака {}'.format(column)))

plt.tight_layout()
plt.show();
```



In [18]:

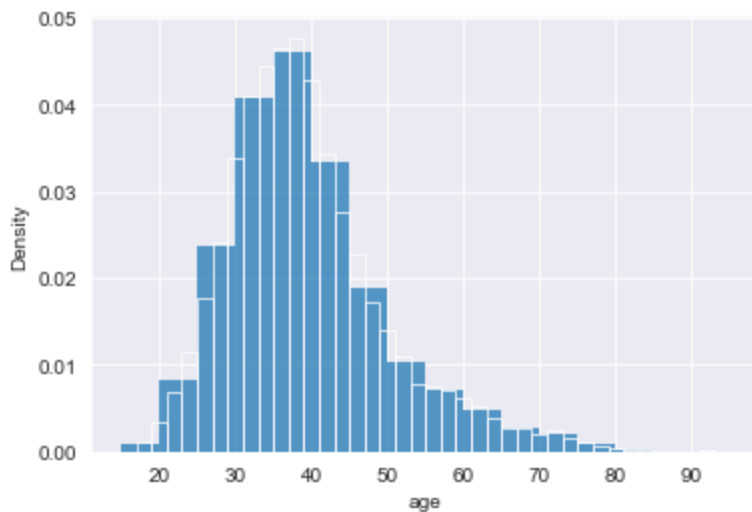
```
params = dict(
    data=df,
```



```

x='age',
stat='density',
binrange=(15,95)
)
sns.histplot(**params, binwidth=5, lw=0);
sns.histplot(**params, binwidth=2, fc=(0,0,0,0));

```



- распределение кредитного рейтинга возраста и баланса походит на нормальное, хотя имеются выбросы (например, максимальное значение рейтинга, добавленные нами нули в балансе несколько пик в графике возраста);
- распределение рассчитанного дохода скорее всего равномерное;
- график подтверждает, что большинство клиентов имеют высокий кредитный рейтинг;

Далее построим корреляционную таблицу

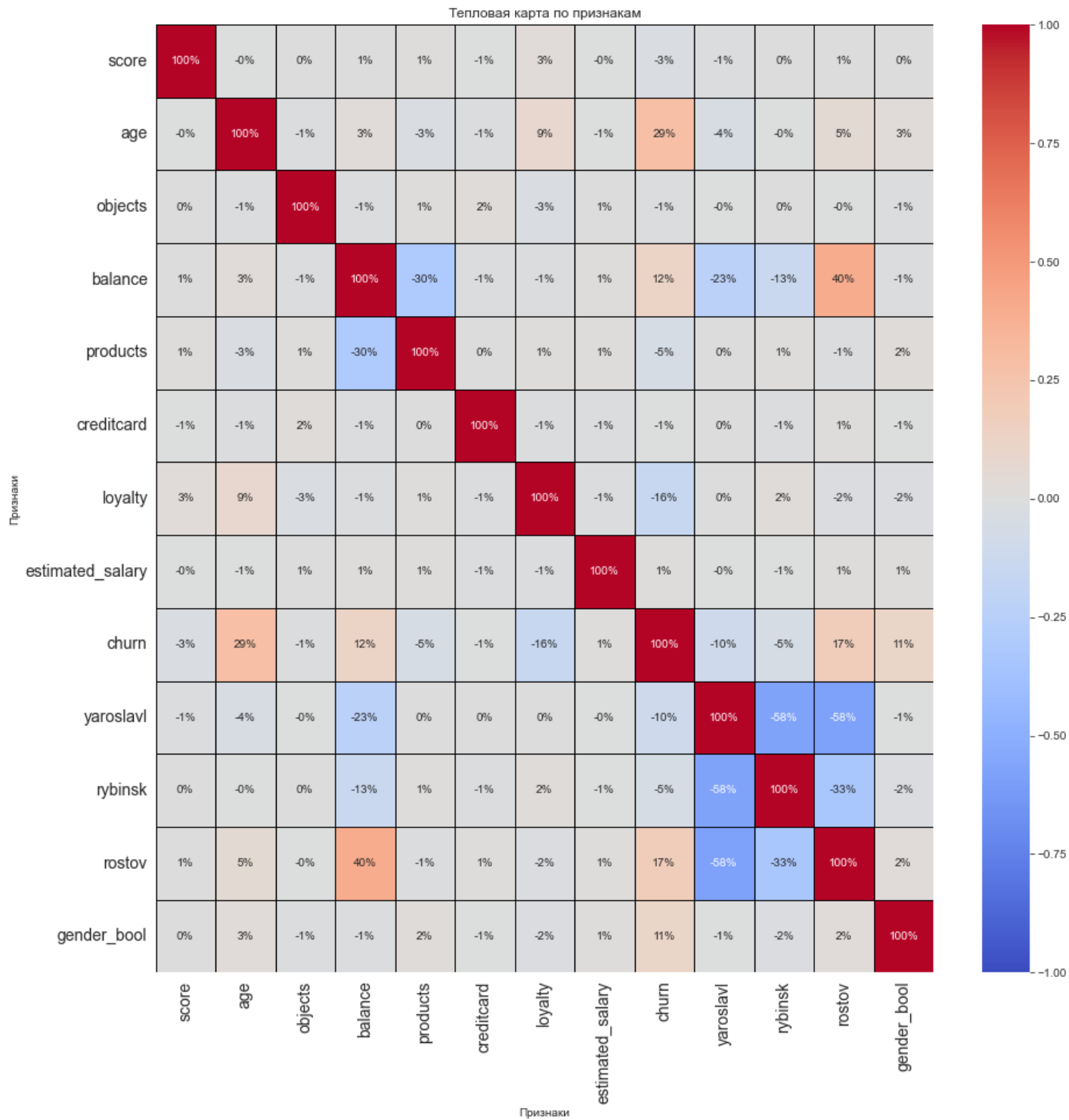
Корреляционный анализ

In [19]:

```

plt.figure(figsize=(15, 15))
sns.heatmap(df.corr(), annot = True, fmt='.0%', vmin=-1, vmax=1, center= 0, cmap= 'coolwa1
plt.title('Тепловая карта по признакам')
plt.xticks(fontsize=14, rotation=90)
plt.yticks(fontsize=14, rotation=360)
plt.ylabel('Признаки')
plt.xlabel('Признаки');

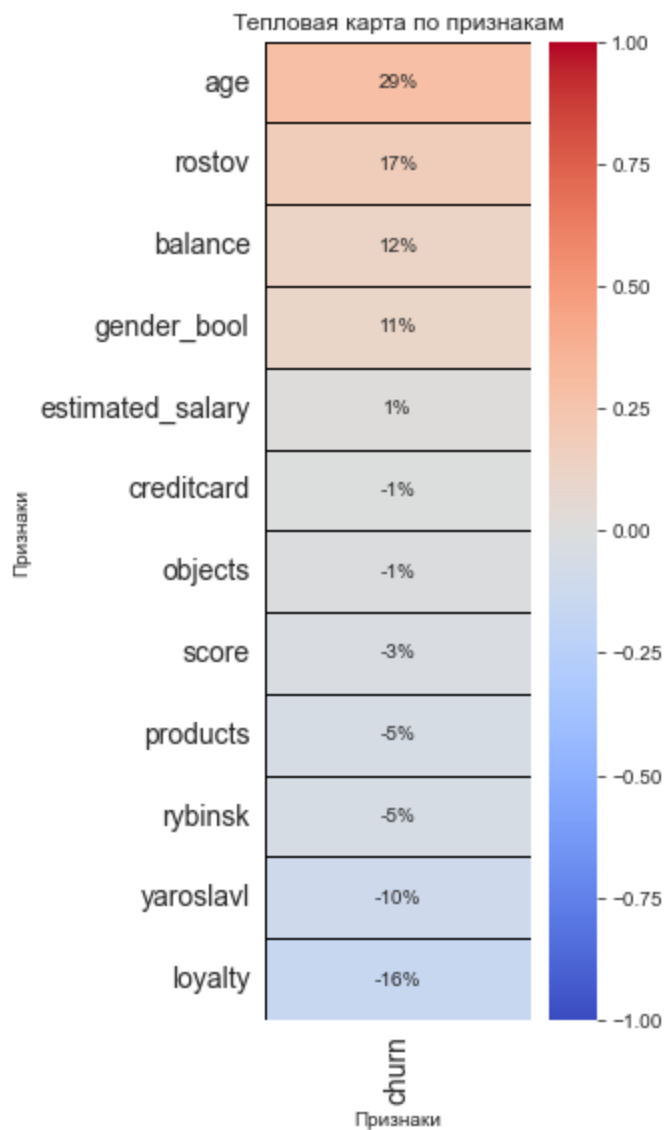
```



In [20]:

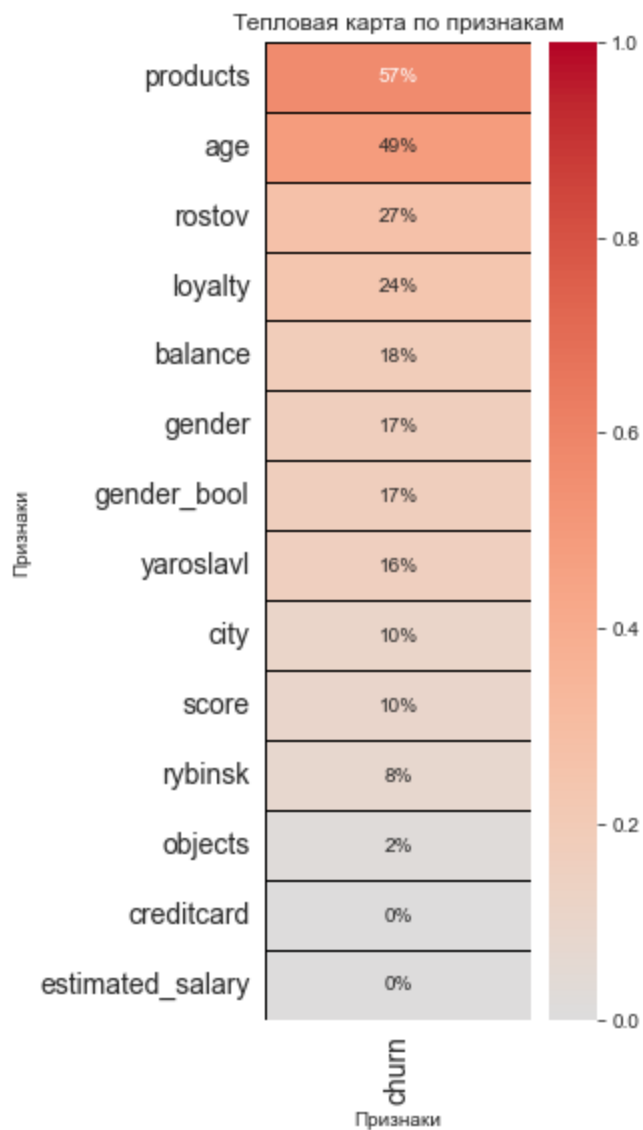
```
df_corr = df.corr().drop('churn').sort_values('churn', ascending=False)

plt.figure(figsize=(3, 9))
sns.heatmap(df_corr[['churn']], annot = True, fmt='%.0%', vmin=-1, vmax=1, center= 0, cmap=
plt.title('Тепловая карта по признакам')
plt.xticks(fontsize=14, rotation=90)
plt.yticks(fontsize=14, rotation=360)
plt.ylabel('Признаки')
plt.xlabel('Признаки');
```



```
In [21]: df_phik = df.phik_matrix().drop('churn').sort_values('churn', ascending=False)
plt.figure(figsize=(3, 9))
sns.heatmap(df_phik[['churn']], annot = True, fmt='.0%', vmin=0, vmax=1, center= 0, cmap=
plt.title('Тепловая карта по признакам')
plt.xticks(fontsize=14, rotation=90)
plt.yticks(fontsize=14, rotation=360)
plt.ylabel('Признаки')
plt.xlabel('Признаки');
```

interval columns not set, guessing: ['score', 'age', 'objects', 'balance', 'products', 'creditcard', 'loyalty', 'estimated_salary', 'churn', 'yaroslavl', 'rybinsk', 'rostov', 'gender_bool']



На корреляционной таблице каких-то сильных линейных зависимостей не наблюдаем, можно отметить следующие небольшие корреляции:

- отток связан с возрастом 0,3.
- у оттока имеется небольшая связь по географическому признаку 0,2 с Ростов Великий;
- Ростов Великий и баланс 0,4
- у количества продуктов и баланса небольшая обратная связь -0,3.

На ρ ik корреляционной таблице прослеживается связь оттока с количеством продуктов и возрастом в чуть меньшей степени с городом Ростов, активностью балансом и полом

Анализ метрик в разрезе продуктов

In [22]: `df.groupby('products').mean().T`

Out[22]:

	products	1	2	3	4
score		649.12	652.19	648.11	653.58
age		39.67	37.75	43.20	45.68
objects		4.97	5.05	5.00	5.30
balance		98551.87	51879.15	75458.33	93733.13

products	1	2	3	4
creditcard	0.70	0.71	0.71	0.68
loyalty	0.50	0.53	0.42	0.48
estimated_salary	99487.26	100452.01	104318.13	104763.72
churn	0.28	0.08	0.83	1.00
yaroslavl	0.49	0.52	0.39	0.48
rybinsk	0.24	0.26	0.25	0.12
rostov	0.27	0.23	0.36	0.40
gender_bool	0.45	0.45	0.56	0.63

```
In [23]: df.groupby('products')['age'].count()
```

```
Out[23]: products
1      5084
2      4590
3       266
4        60
Name: age, dtype: int64
```

Наблюдаем просто катастрофическую долю оттока у клиентов, пользующихся 3-4 продуктами. Доля оттока у них составляет 82-100% Несмотря на их небольшое количество следует отдельно обратить внимание на эти группы.

- в них больше женщин;
- средний возраст выше, чем у остальных клиентов;
- меньшая часть клиентов совершают активности в приложении

Также довольно высокую долю оттока наблюдаем у клиентов с одним продуктом - порядка 28%.

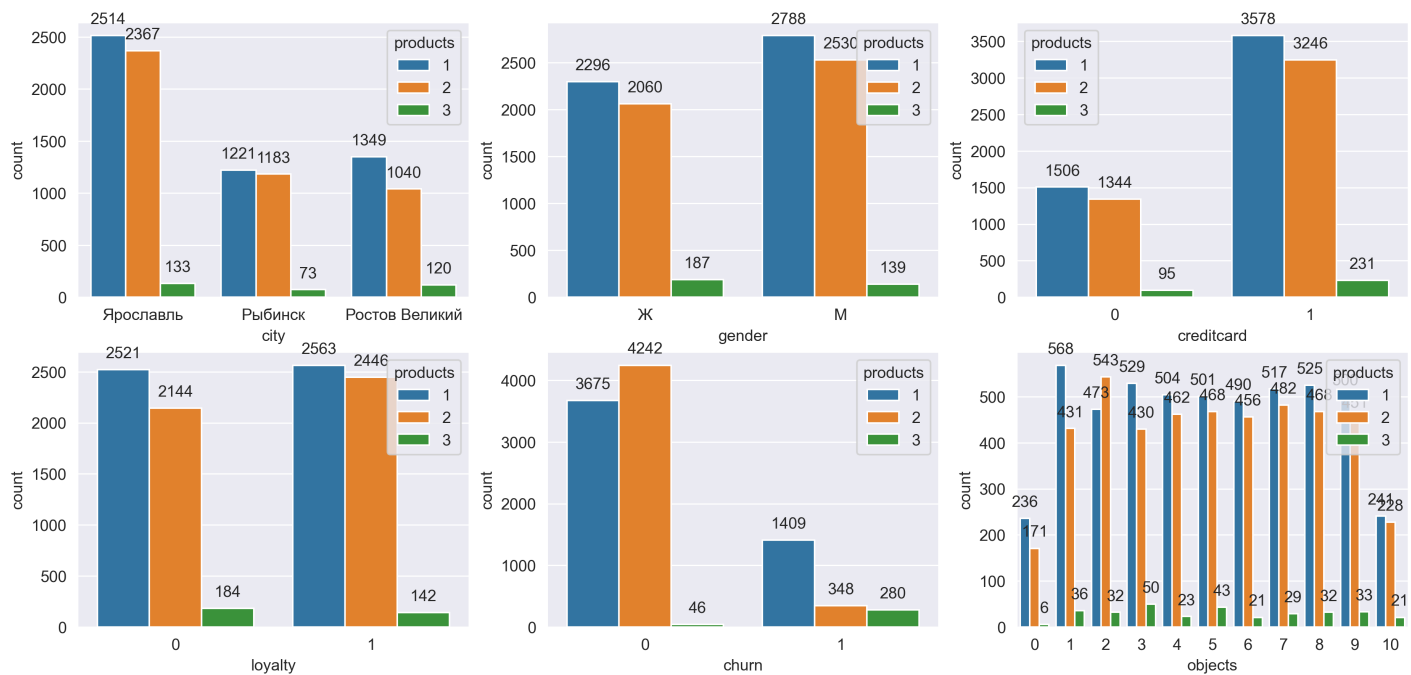
Построим распределения в разрезе количества потребляемых продуктов. Поскольку группы 3 и 4 малочисленны, объединим их в одну и обозначим как 3.

```
In [24]: df.loc[df['products'] == 4, 'products'] = 3
```

```
In [25]: values = ['city', 'gender', 'creditcard', 'loyalty', 'churn', 'objects']

fig, ax = plt.subplots(2, 3)
fig.set_size_inches(15, 7)
fig.set_dpi(300)

for variable, subplot in zip(values, ax.flatten()):
    splot = sns.countplot(data=df, x=variable, hue='products', ax=subplot)
    for p in splot.patches:
        splot.annotate('{:.0f}'.format(p.get_height()), (p.get_x() + p.get_width()/2., p.get_height()))
fig.suptitle("Количество клиентов в разрезе категориальных переменных и продуктов");
```



Ключевые метрика для нас — это отток, поэтому анализируя графики с учетом того, что лучшая группа по оттоку — это 2, худшая 3, в группе с 1 продуктом значение оттока также оставляет желать лучшего.

- в группе 2 чуть чаще пользуются приложением;
- меньше всего клиентов с двумя продуктами проживают в Ростове Великом;
- 1 - 2 продуктами чаще пользуются мужчины, 3-4 женщины;
- во всех группах пользователей кредитных карт больше, чем клиентов, не имеющих данного продукта.

In [26]:

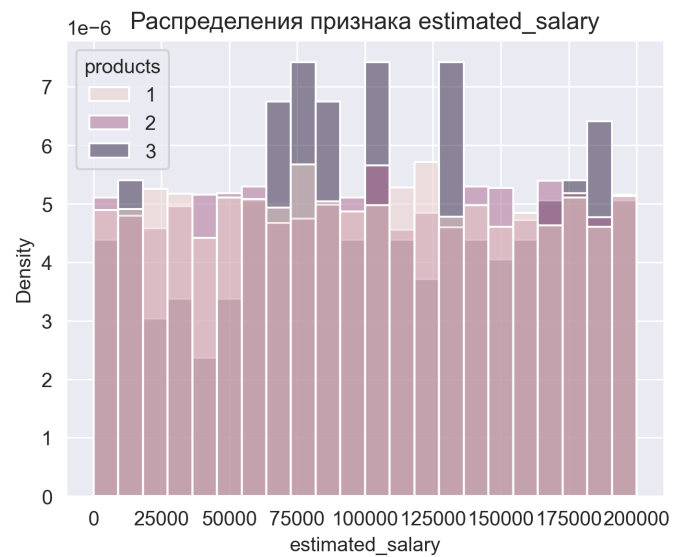
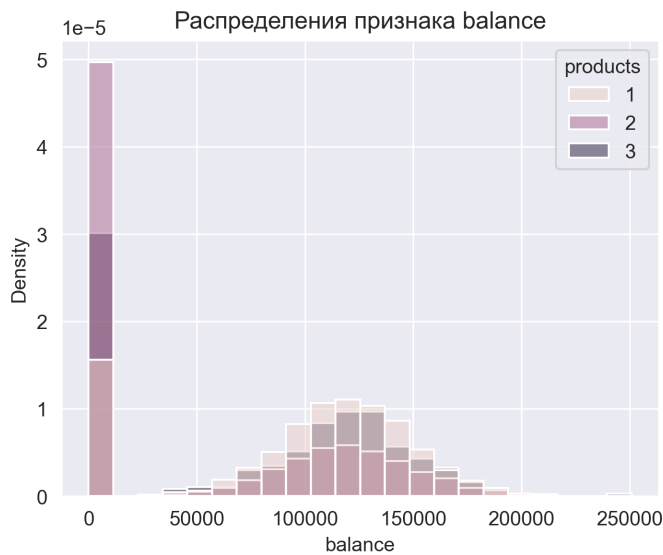
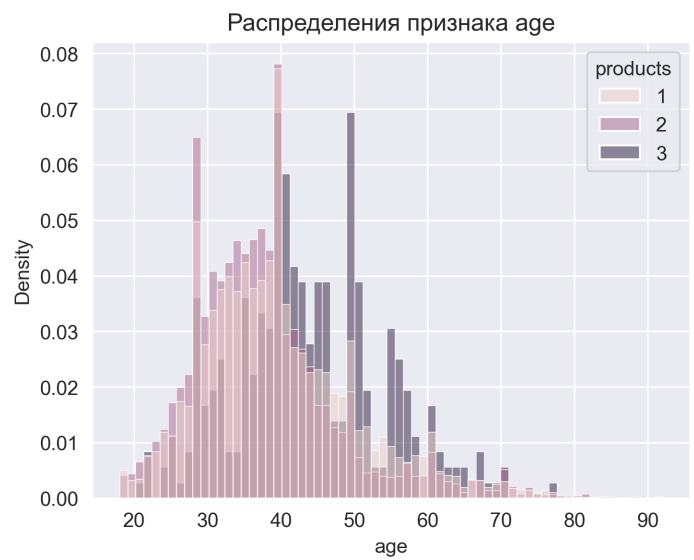
```
columns_list = ['score', 'age', 'balance', 'estimated_salary']

fig, axs = plt.subplots(len(columns_list) // 2, 2)
fig.set_size_inches(10, 8)
fig.set_dpi(300)

new_axs = [item for sublist in axs for item in sublist]

for i, column in enumerate(columns_list):
    sns.histplot(data=df, x=column, stat='density', hue = 'products', common_norm=False,
                new_axs[i].set_title('Распределения признака {}'.format(column)))

plt.tight_layout()
plt.show();
```



- в группе с 3-4 продуктами люди более старшего поколения;
- распределение баланса напоминает нормальное во всех группах.

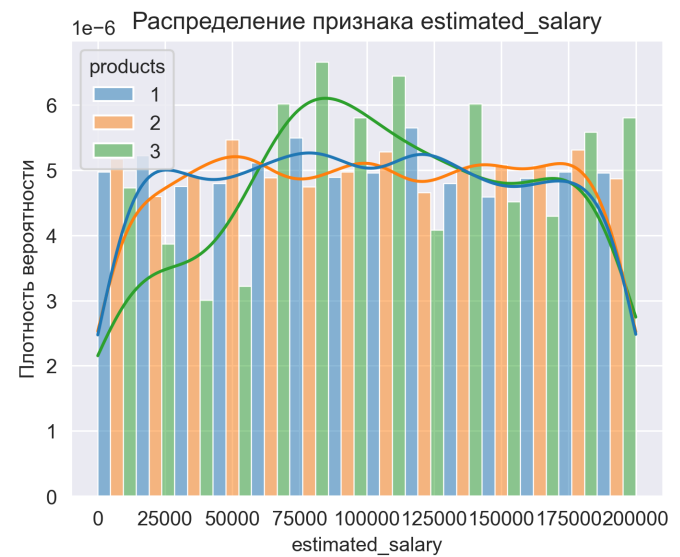
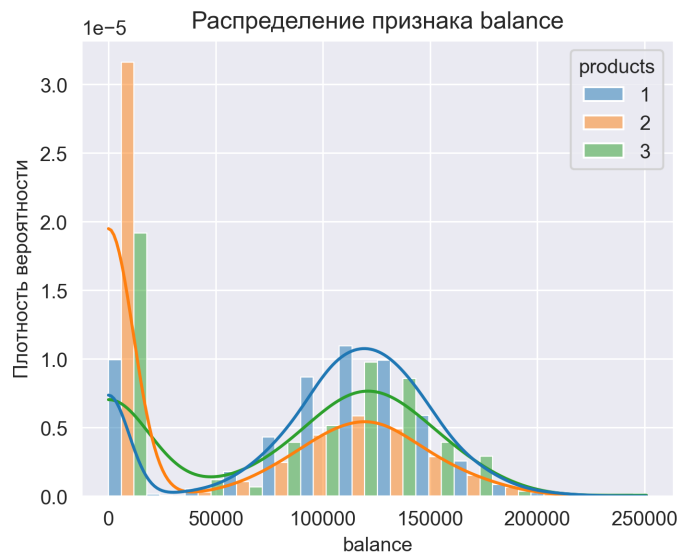
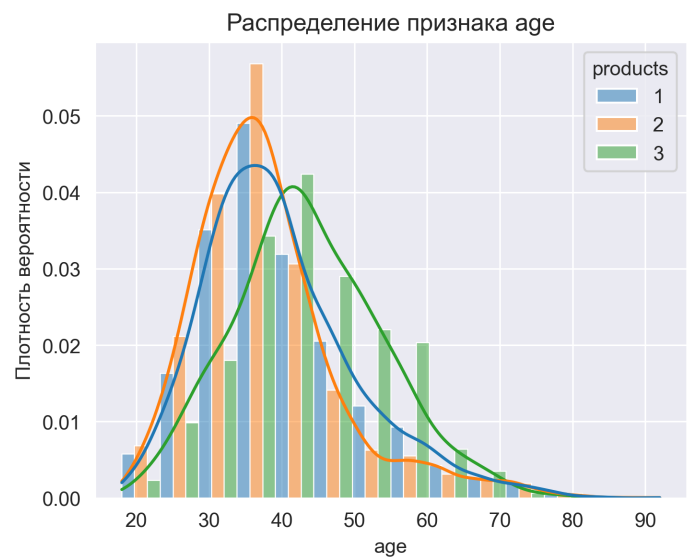
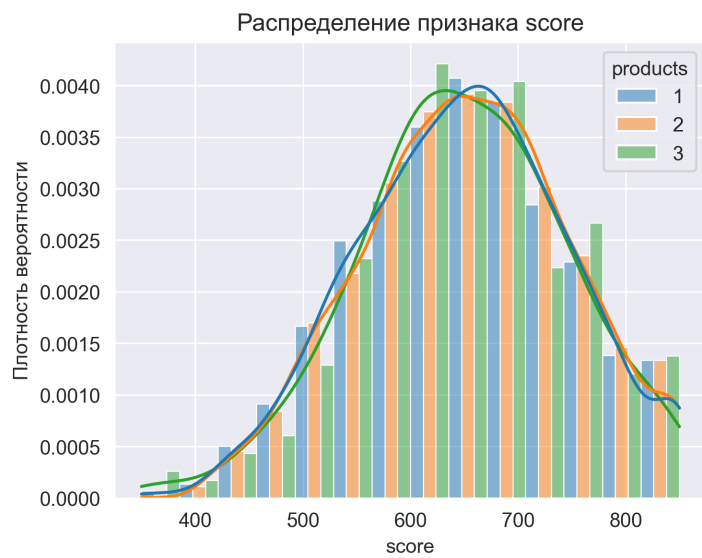
In [27]:

```
columns_list = ['score', 'age', 'balance', 'estimated_salary']

fig, axs = plt.subplots(len(columns_list) // 2, 2)
fig.set_size_inches(10, 8)
fig.set_dpi(300)

for i, column in enumerate(columns_list):
    sns.histplot(
        data=df.assign(products=df.products.clip(1,3)),
        x=column,
        stat='density',
        hue = 'products',
        multiple='dodge',
        palette='tab10',
        kde=True,
        common_norm=False,
        bins=14,
        ax=axs.ravel()[i])\
        .set(title = f'Распределение признака {column}', ylabel="Плотность вероятности")

plt.tight_layout()
plt.show();
```



Отток. Портрет клиента

Теперь посмотрим на средние значения в разрезе оттока.

```
In [28]: df.groupby('churn').mean().T
```

```
Out[28]:
```

	churn	0	1
score		651.85	645.35
age		37.41	44.84
objects		5.03	4.93
balance		72745.30	91108.54
products		1.54	1.45
creditcard		0.71	0.70
loyalty		0.55	0.36
estimated_salary		99738.39	101465.68
yaroslavl		0.53	0.40
rybinsk		0.26	0.20
rostov		0.21	0.40

churn	0	1
gender_bool	0.43	0.56

На первый взгляд можно отметить следующее:

- женщины более склонны к оттоку чем мужчины;
- средний возраст отточного клиента выше - около 44-45 лет;
- наименьшая доля оттока в Рыбинске, значительно выше в Ростове Великом и Ярославле;
- доля оттока у владельцев КК и тех, кто ей не пользуется мало различаются.

Далее посмотрим на распределения по категориальным переменным в разрезе оттока

In [29]:

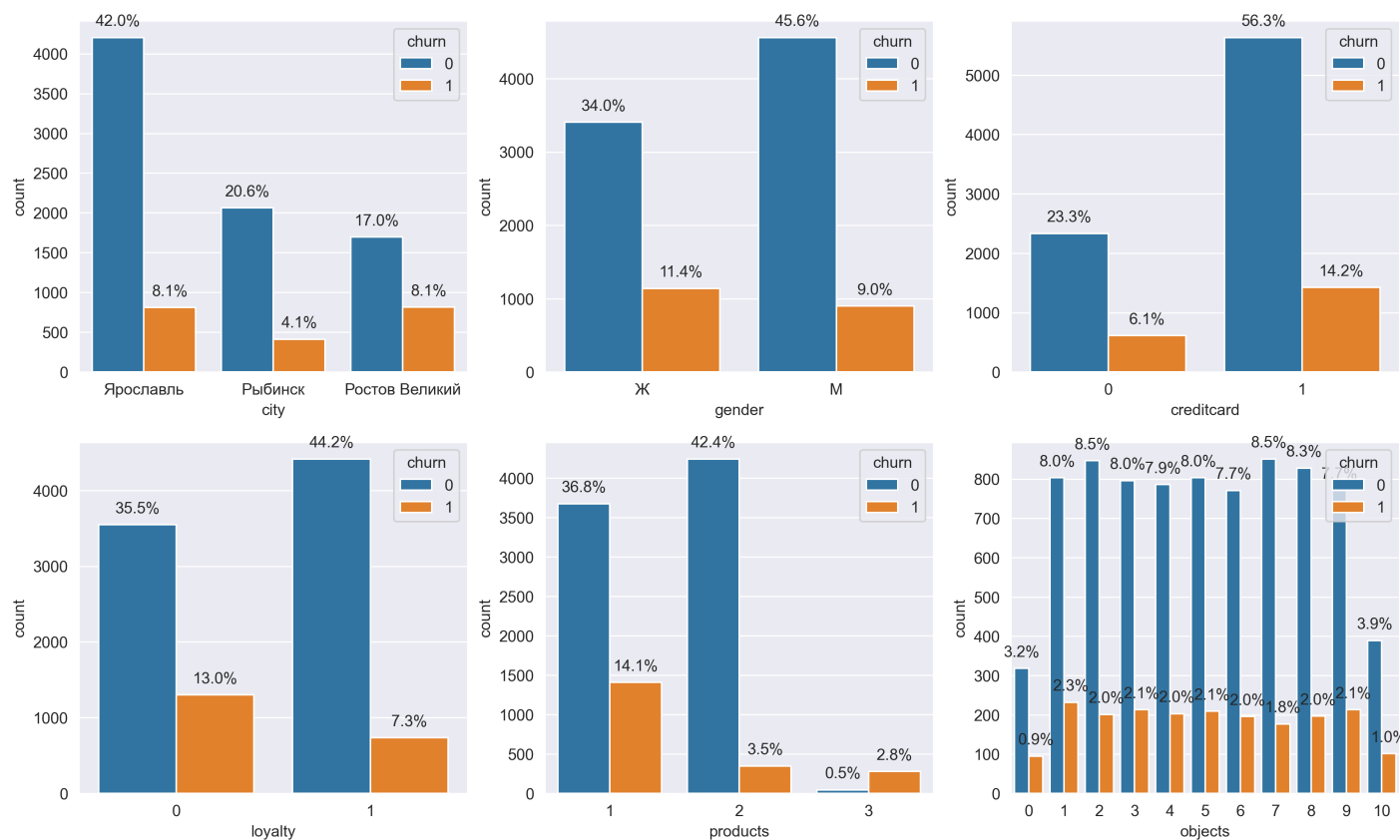
```
values = ['city', 'gender', 'creditcard', 'loyalty', 'products', 'objects']

fig, ax = plt.subplots(2, 3)
fig.set_size_inches(15, 9)
fig.set_dpi(300)

for variable, subplot in zip(values, ax.flatten()):
    splot = sns.countplot(data=df, x=variable, hue='churn', ax=subplot)
    for p in splot.patches:
        splot.annotate('{:.1f}%'.format(p.get_height()/len(df[variable])*100), (p.get_x()

fig.suptitle("Количество клиентов в разрезе категориальных переменных и оттока");
```

Количество клиентов в разрезе категориальных переменных и оттока



Изучив полученные графики можем заключить следующее:

- самая высокая доля оттока в Ростове Великом;
- женщины чуть более склонны к оттоку;

- доля оттока среди тех, кто совершает действия в приложении заметно ниже чем среди малоактивных клиентов;
- несмотря на то, что клиентов с 3-4 продуктами мало, доля оттока в них выше доли удержания, также вызывает беспокойство
- высокая доля оттока у клиентов с одним продуктом;
- параметр `object` мало информативен, т.к. мы не знаем, что за ним стоит "старый ржавый мотоцикл" или "дворец в Геленджике"

In [30]:

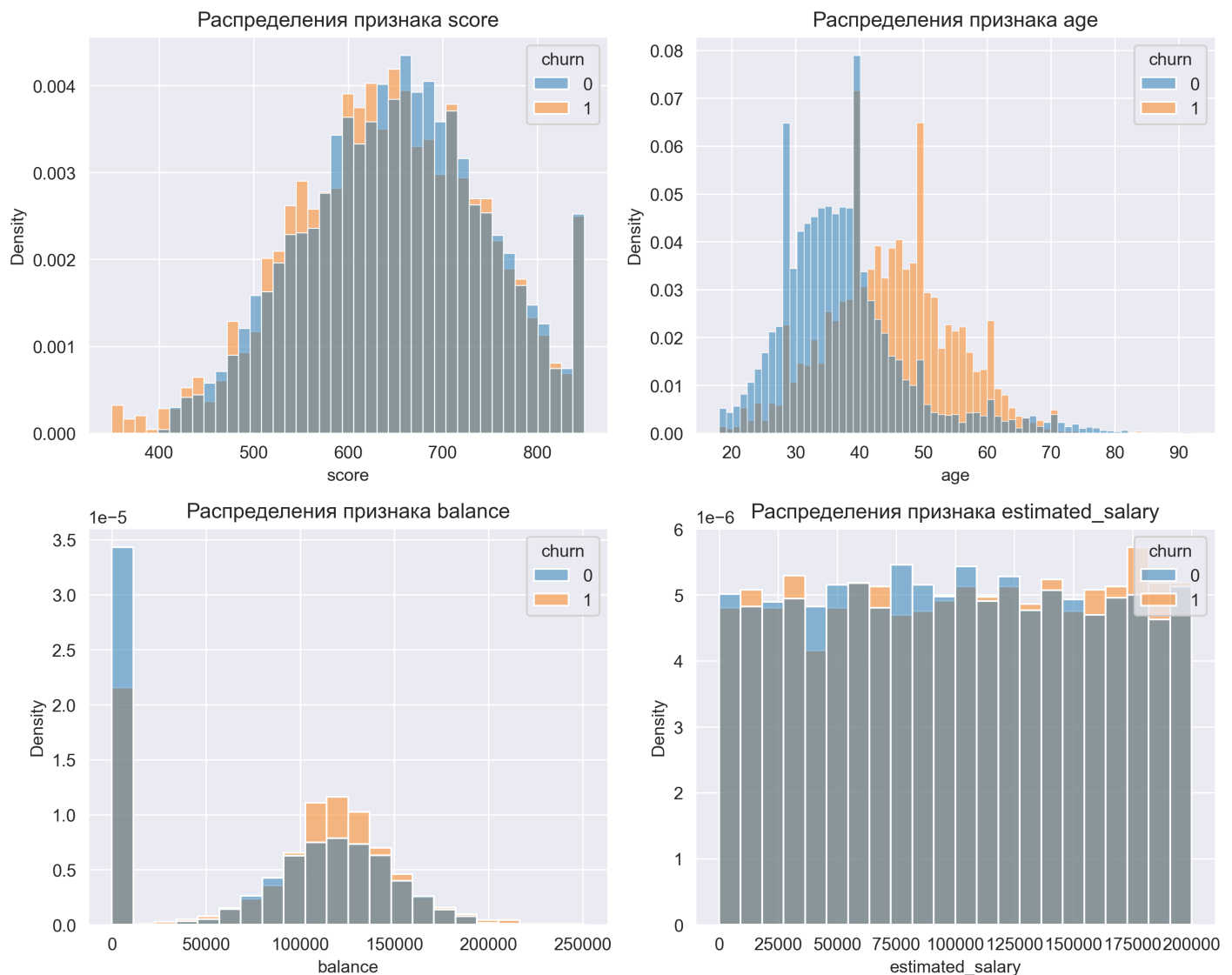
```
columns_list = ['score', 'age', 'balance', 'estimated_salary']

fig, axs = plt.subplots(len(columns_list) // 2, 2)
fig.set_size_inches(10, 8)
fig.set_dpi(300)

new_axs = [item for sublist in axs for item in sublist]

for i, column in enumerate(columns_list):
    sns.histplot(data=df, x=column, stat='density', hue = 'churn', common_norm=False, ax=new_axs[i])
    new_axs[i].set_title('Распределения признака {}'.format(column))

plt.tight_layout()
plt.show();
```



Рассмотрев графики распределения количественных признаков, можем дополнить портрет отточного клиента следующими штрихами:

- возраст примерно 42 и выше;
- остаток на балансе выше среднего.

Вывод

Резюмируем все вышесказанное и сформулируем портреты отточного и не отточного клиентов.

Чаще всего в отток попадают:

- женщины;
- клиенты в возрасте 44-45 лет и выше;
- лица проживающие в Ростове Великом;
- клиенты с балансом выше 100 тысяч;

Менее склонны к оттоку:

- мужчины;
- клиенты в возрасте до 44 лет;
- клиенты регулярно совершающие активности в приложении банка;
- пользователи двух продуктов банка;

Статистический анализ по оттоку

Гипотеза о равенстве дохода

Сформулируем первую гипотезу.

$$\begin{cases} H_0 : \text{Средний доход отточных и неотточных клиентов равен} \\ H_1 : \text{Средний доход отточных и неотточных клиентов различается} \end{cases}$$

$\alpha=5\%$ критический уровень статистической значимости.

Разделим данные по оттоку и проверим значения дисперсий в получившихся совокупностях.

```
In [31]: print (stat.variance(df['estimated_salary']))
```

3307456784.134512

```
In [32]: print (stat.variance(df.query('churn == 1')['estimated_salary']))
print (stat.variance(df.query('churn == 0')['estimated_salary']))
```

3353848166.8070116

3295401414.9183965

Далее определимся какой статистический тест подойдет лучше для проверки первой гипотезы.

- имеем две генеральные совокупности;
- судя по графику распределения, совокупности распределены равномерно

воспользуемся `ttest`, `equal_var=False` т.к. дисперсии сопоставимы, но не равны.

```
In [33]: df_churn = df.query('churn == 1')['estimated_salary']
df_not_churn = df.query('churn == 0')['estimated_salary']

alpha = 0.05
results = st.ttest_ind(
```

```

df_churn,
df_not_churn,
equal_var=True)

print('p-значение:', results.pvalue)

if (results.pvalue < alpha):
    print("Отвергаем нулевую гипотезу")
else:
    print("Не получилось отвергнуть нулевую гипотезу")

```

p-значение: 0.22644042802223346
 Не получилось отвергнуть нулевую гипотезу

Нет основания отвергать нулевую гипотезу, считаем, что **средний доход отточных и неотточных клиентов равен**

Гипотеза о равенстве возраста

Сформулируем вторую гипотезу

$$\begin{cases} H_0 : \text{Средний возраст отточных и неотточных клиентов равен} \\ H_1 : \text{Средний возраст отточных и неотточных клиентов различается} \end{cases}$$

$\alpha=5\%$ критический уровень статистической значимости.

In [34]:

```

# проверим значения дисперсий
print (stat.variance(df.query('churn == 1')['age']))
print (stat.variance(df.query('churn == 0')['age']))

```

95.28808400195595
 102.52297408041709

Далее определимся какой статистический тест подойдет лучше для проверки первой гипотезы.

- имеем две генеральные совокупности;
- судя по графику распределения совокупностей близки к нормальным.

воспользуемся `ttest`, `equal_var=False` т.к. дисперсии сопоставимы, но не равны.

In [35]:

```

df_churn = df.query('churn == 1')['age']
df_not_churn = df.query('churn == 0')['age']

alpha = 0.05
results = st.ttest_ind(
    df_churn,
    df_not_churn,
    equal_var=False)

print('p-значение:', results.pvalue)

if (results.pvalue < alpha):
    print("Отвергаем нулевую гипотезу")
else:
    print("Не получилось отвергнуть нулевую гипотезу")

```

p-значение: 4.7127272656641046e-179
 Отвергаем нулевую гипотезу

Есть основания отвергнуть нулевую гипотезу, считаем, что **средний возраст отточных и неотточных клиентов различается**

Вывод

на данном шаге проверены две гипотезы:

- о равенстве среднего дохода отточных и не отточных клиентов;
- о равенстве среднего возраста отточных и не отточных клиентов.

по итогу можем сказать:

- средний доход отточных и неотточных клиентов равен;
- средний возраст отточных и неотточных клиентов различается

Построение модели прогнозирования оттока клиентов

Имеем задачу бинарной классификации. Сильно скоррелированных признаков нет.

Выделение обучающей и валидационной выборок

In [36]:

```
# убираем строковые категориальные данные
df_for_model = df.drop(['city', 'gender'], axis=1)

# разделим наши данные на признаки (матрица X) и целевую переменную (y)
X = df_for_model.drop('churn', axis=1)
y = df_for_model['churn']

# разделяем модель на обучающую и валидационную выборку
X_train, X_test, y_train, y_test = train_test_split(X, y, test_size=0.2, random_state=0)
```

Стандартизация данных

In [37]:

```
# создадим объект класса StandardScaler и применим его к обучающей выборке
scaler = StandardScaler()

#обучаем scaler и одновременно трансформируем матрицу для обучающей выборки
X_train_st = scaler.fit_transform(X_train)

#применяем стандартизацию к матрице признаков для тестовой выборки
X_test_st = scaler.transform(X_test)
```

Обучение модели на train-выборке: логистической регрессией, случайным лесом, дерево принятия решений

In [38]:

```
# задаем алгоритм для нашей модели, сначала Логистическая регрессия
model_LR = LogisticRegression(solver='liblinear', random_state=0)
# обучение модели
model_LR.fit(X_train_st, y_train)
# воспользуемся уже обученной моделью, чтобы сделать прогнозы
predictions_LR = model_LR.predict(X_test_st)
probabilities_LR = model_LR.predict_proba(X_test_st)[:,1]

# случайный лес
model_RF = RandomForestClassifier(random_state=0)
model_RF.fit(X_train_st, y_train)
predictions_RF = model_RF.predict(X_test_st)
probabilities_RF = model_RF.predict_proba(X_test_st)[:,1]
```

```
# дерево принятия решений
tree_model = DecisionTreeClassifier(min_samples_leaf=500)
tree_model.fit(X_train, y_train)
predictions_TM = tree_model.predict(X_test)
```

Посмотрим на значения метрик для определения наилучшей модели

In [39]:

```
print ('Значения метрик для модели логистической регрессии')
print ('accuracy = ', round(accuracy_score(y_test, predictions_LR), 2))
print ('precision = ', round(precision_score(y_test, predictions_LR), 2))
print ('recall = ', round(recall_score(y_test, predictions_LR), 2))
print ('F1 = ', round(f1_score(y_test, predictions_LR), 2))
```

Значения метрик для модели логистической регрессии
accuracy = 0.81
precision = 0.59
recall = 0.24
F1 = 0.34

In [40]:

```
print ('Значения метрик для модели случайный лес')
print ('accuracy = ', round(accuracy_score(y_test, predictions_RF), 2))
print ('precision = ', round(precision_score(y_test, predictions_RF), 2))
print ('recall = ', round(recall_score(y_test, predictions_RF), 2))
print ('F1 = ', round(f1_score(y_test, predictions_RF), 2))
```

Значения метрик для модели случайный лес
accuracy = 0.87
precision = 0.75
recall = 0.52
F1 = 0.62

In [41]:

```
print ('Значения метрик для модели дерево решений')
print ('accuracy = ', round(accuracy_score(y_test, predictions_TM), 2))
print ('precision = ', round(precision_score(y_test, predictions_TM), 2))
print ('recall = ', round(recall_score(y_test, predictions_TM), 2))
print ('F1 = ', round(f1_score(y_test, predictions_TM), 2))
```

Значения метрик для модели дерево решений
accuracy = 0.83
precision = 0.78
recall = 0.25
F1 = 0.38

Основной метрикой будем считать F1. т.к. метрика полноты ассурасу хорошо работает только при условии баланса классов — когда объектов каждого класса примерно поровну, 50% : 50%. Метрики precision и recall направлены на избежание противоположных рисков, нужна сводная метрика, учитывающая баланс между метриками. Это F1-score.

Комментарий ревьюера 👍

Очень круто!

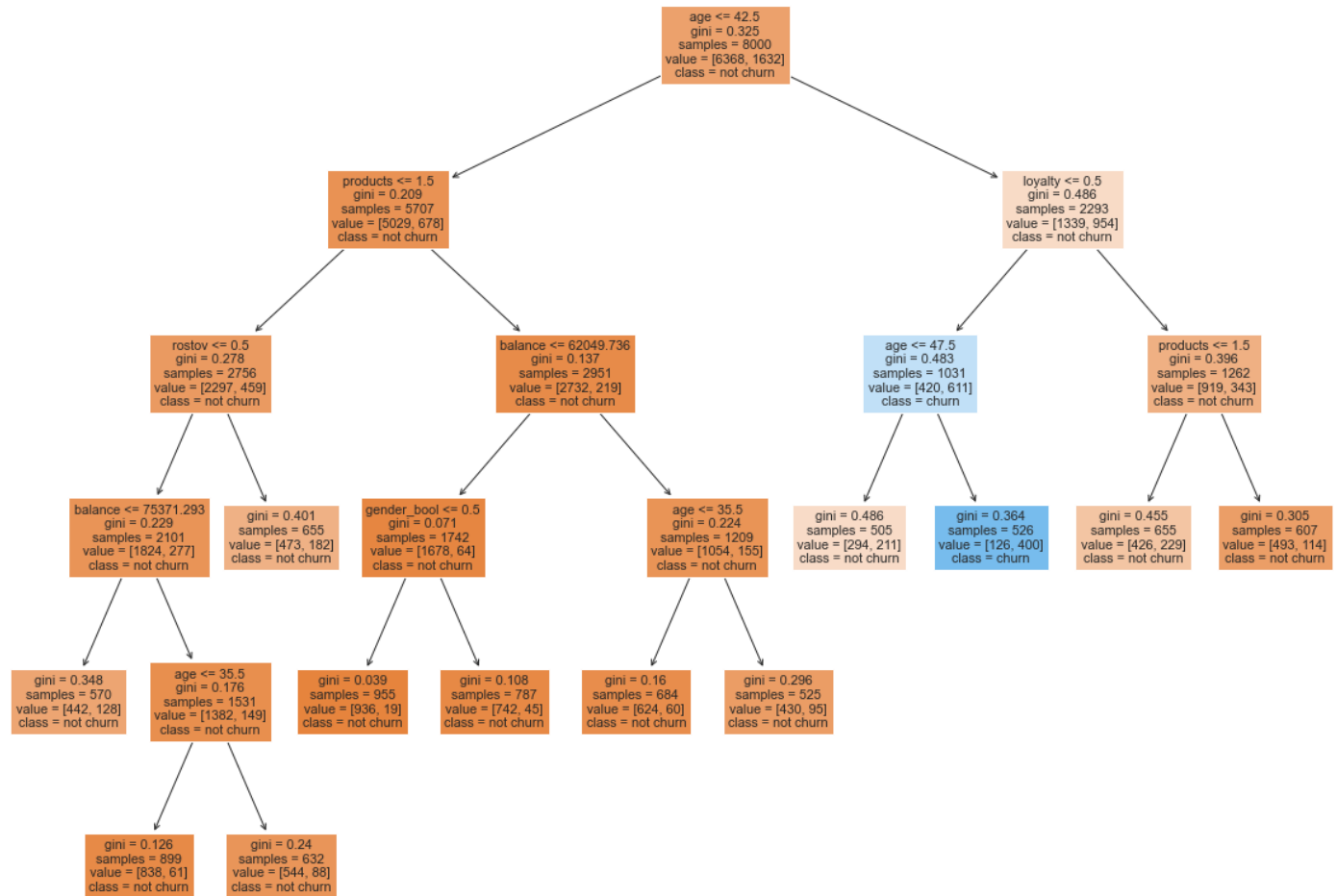
Таким образом лучшей моделью в нашем случае считаем Случайный лес со значениями F1 = 0,62, неплохим значением Точности (precision) = 0.75, и полнотой (recall) хотя бы чуть больше чем 0.5.

Случайный лес - это сводный алгоритм состоит из множества деревьев. Визуализируем одно из возможных деревьев на полученной ранее модели дерева принятия решений.

In [42]:

```
plt.figure(figsize = (20,15)) # задайте размер фигуры, чтобы получить крупное изображение
plot_tree(tree_model, filled=True, feature_names = X_train.columns, class_names = ['not ch
```

```
plt.show()
```

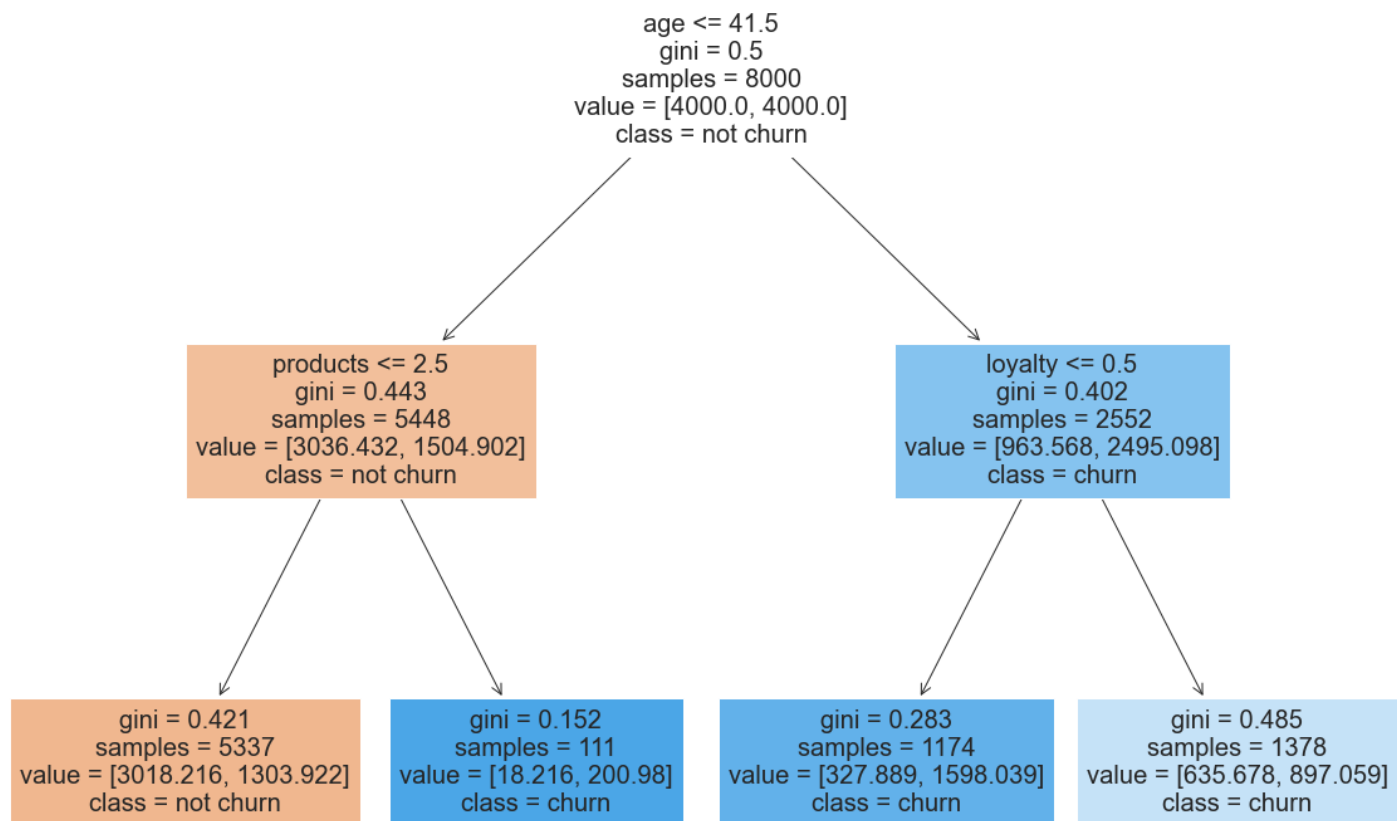


In [43]:

```
tree_model_2 = DecisionTreeClassifier(class_weight = "balanced", max_depth=2)
tree_model_2.fit(X_train, y_train)
predictions = tree_model_2.predict(X_test)
print ('F1 = ', round(f1_score(y_test, predictions), 2))

plt.figure(figsize = (20,15))
plot_tree(tree_model_2, filled=True, feature_names = X_train.columns, class_names = ['not', 'churn'])
plt.show()
```

F1 = 0.52



In [44]:

```

### КОД РЕВЬЮЕРА
pd.DataFrame((model_RF.feature_importances_, model_LR.coef_[0]),
             index=['RF', 'LR'],
             columns = X.columns).T

```

Out[44]:

	RF	LR
score	0.14	-0.07
age	0.24	0.75
objects	0.08	-0.08
balance	0.15	0.14
products	0.13	-0.14
creditcard	0.02	-0.02
loyalty	0.04	-0.52
estimated_salary	0.15	0.03
yaroslavl	0.01	-0.14
rybinsk	0.01	-0.07
rostov	0.02	0.24
gender_bool	0.02	0.27

На данном шаге построили несколько моделей прогнозирования оттока клиентов, по совокупности метрик лучшей считаем Случайный лес

Кластеризация

На данном шаге проведем кластеризацию клиентов с помощью KMeans и посмотрим, что нам это даст.

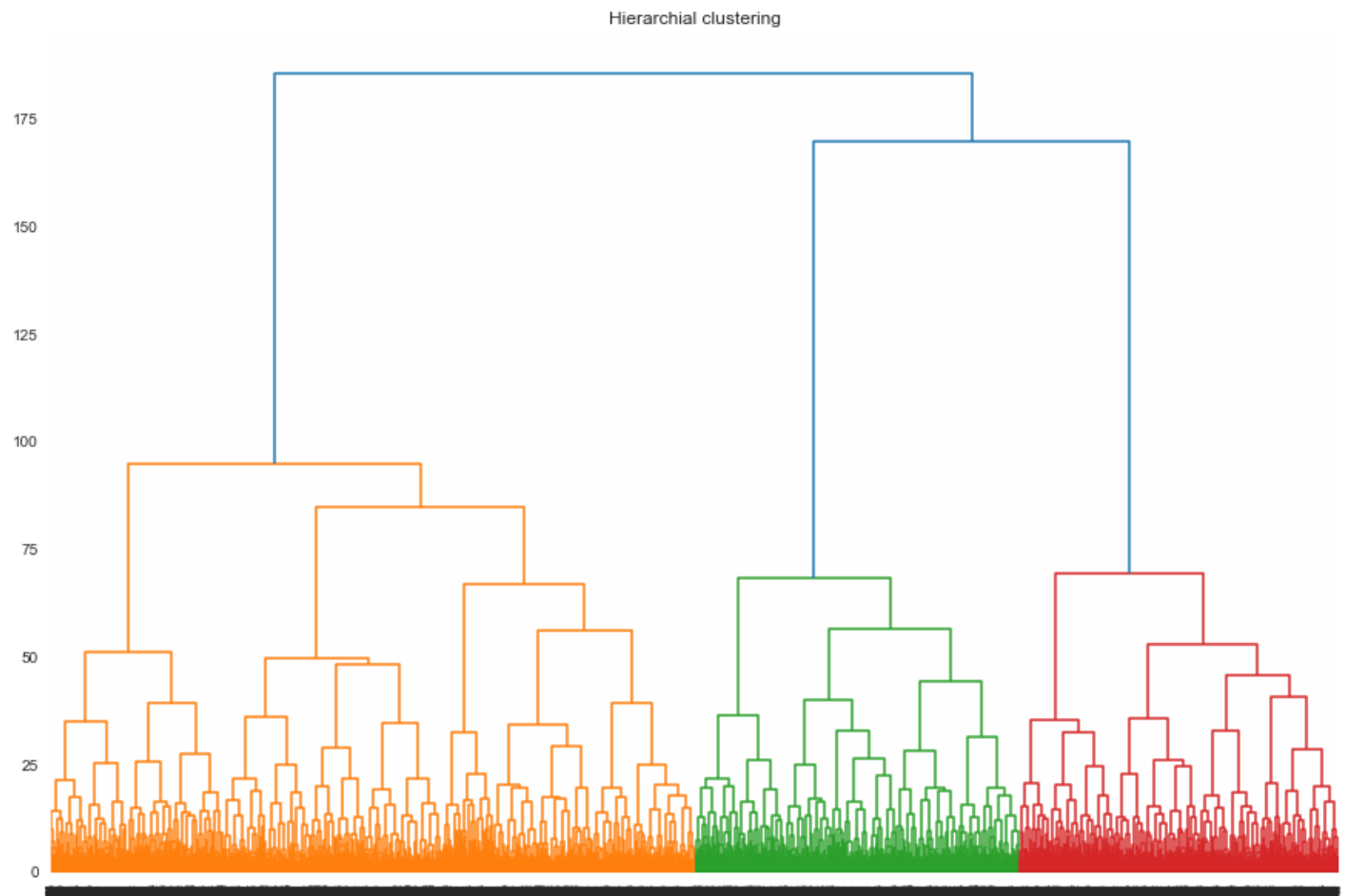
```
In [45]: X = df_for_model.drop(['churn'], axis=1)

# стандартизируем данные
sc = StandardScaler()
X_sc = sc.fit_transform(X)

# в переменной linked сохранена таблица «связок» между объектами, её можно визуализировать
linked = linkage(X_sc, method = 'ward')
```

```
In [46]: #X.head()
```

```
In [47]: # строим дендрограмму
plt.figure(figsize=(15, 10))
dendrogram(linked, orientation='top')
plt.title('Hierarchial clustering')
plt.show()
```



Количество кластеров определим равное трем.

```
In [48]: km = KMeans(n_clusters=3, random_state=0) # задаём число кластеров, равное 3, и фиксируем
labels = km.fit_predict(X_sc)
```

```
In [49]: # добавляем в исходные данные метки с номерами кластеров
df['cluster_km'] = labels
#df.head()
```

Посмотрим средние значения параметров по кластерам.

```
In [50]: round (df.groupby('cluster_km').mean().T, 2)
```

```
Out[50]:
```

	cluster_km	0	1	2
	score	649.67	651.45	651.33
	age	38.51	39.77	38.89
	objects	5.00	5.01	5.03
	balance	62092.64	119730.12	61818.15
	products	1.53	1.51	1.54
	creditcard	0.71	0.71	0.69
	loyalty	0.52	0.50	0.53
	estimated_salary	99899.18	101113.44	99440.57
	churn	0.16	0.32	0.17
	yaroslavl	1.00	0.00	0.00
	rybinsk	0.00	0.00	1.00
	rostov	0.00	1.00	0.00
	gender_bool	0.45	0.48	0.44

Количество записей в каждом кластере.

```
In [51]: df.groupby('cluster_km')['gender'].count()
```

```
Out[51]: cluster_km
0      5014
1      2509
2      2477
Name: gender, dtype: int64
```

Оценим качество проведенной кластеризации

```
In [52]: print('Silhouette_score: = ', silhouette_score(X_sc, labels))
```

```
Silhouette_score: = 0.20231972422910172
```

Получаем `Silhouette_score` на уровне около 0.2. Могло бы быть и лучше.

Вывод

Ожидаемо в кластер с самым высоким оттоком попали клиенты

- чуть старше чем в остальных кластерах;
- со значительно более высоким балансом;
- чуть менее активно использующие приложение.

все это не противоречит ранее сделанным наблюдениям, что уже хорошо, но и какой - то существенно новой информации не дает.

Сегментация

Итак, к стратегически важным можем отнести следующие параметры: `gender` , `age` , `city` , `balance` , `products` . Посмотрим доли клиентов с потенциально опасным значением данных признаков от общего числа клиентов.

```
In [53]: print ('Женщины', df.query("gender == 'Ж'").shape[0]/df.shape[0]*100, '%')
print ('Возраст больше 42', round(df.query("age>42").shape[0]/df.shape[0]*100,2), '%')
print ('Ростов Великий', round(df.query("city == 'Ростов Великий'").shape[0]/df.shape[0]*100,2), '%')
print ('Высокий баланс', round(df.query("balance>100000").shape[0]/df.shape[0]*100,2), '%')
print ('Пользователи 1, 3 или 4 продуктов', round(df.query("products != 2").shape[0]/df.shape[0]*100,2), '%')
```

```
Женщины 45.43 %
Возраст больше 42 28.94 %
Ростов Великий 25.09 %
Высокий баланс 47.99 %
Пользователи 1, 3 или 4 продуктов 54.1 %
```

Да имеем огромные доли вплоть до половины датасета. Посчитаем долю оттока в каждой из этих групп.

```
In [54]: df_gender = df.query("gender == 'Ж'")
df_age = df.query("age>42")
df_city = df.query("city == 'Ростов Великий'")
df_balance = df.query("balance>100000")
df_products = df.query("products != 2")

part_churn = df.groupby('churn')['churn'].count() / df.shape[0]
display (part_churn)

part_churn.plot(kind = 'pie').set(title = 'общий отток')
values = [df_gender, df_age, df_city, df_balance, df_products]
title_list = ['женщины', 'старше 42', 'из Ростова', 'высокий баланс', 'не 2 продукта']
fig, axs = plt.subplots(1, len(values), sharey = False, figsize = (15,5))

for i, value in enumerate(values):
    part_churn = value.groupby('churn')['churn'].count() / value.query("churn==1")['age'].shape[0]
    part_churn.plot(kind = 'pie', ax=axs[i]).set(title = title_list[i])
```

```
df_segment = pd.DataFrame()
df_segment['name'] = title_list
df_segment['size'] = 0
df_segment['avg_churn'] = 0.0
for i, value in enumerate(values):
    df_segment['size'][i] = value.shape[0]
    df_segment['avg_churn'][i] = value.query("churn==1").shape[0] / value.shape[0]

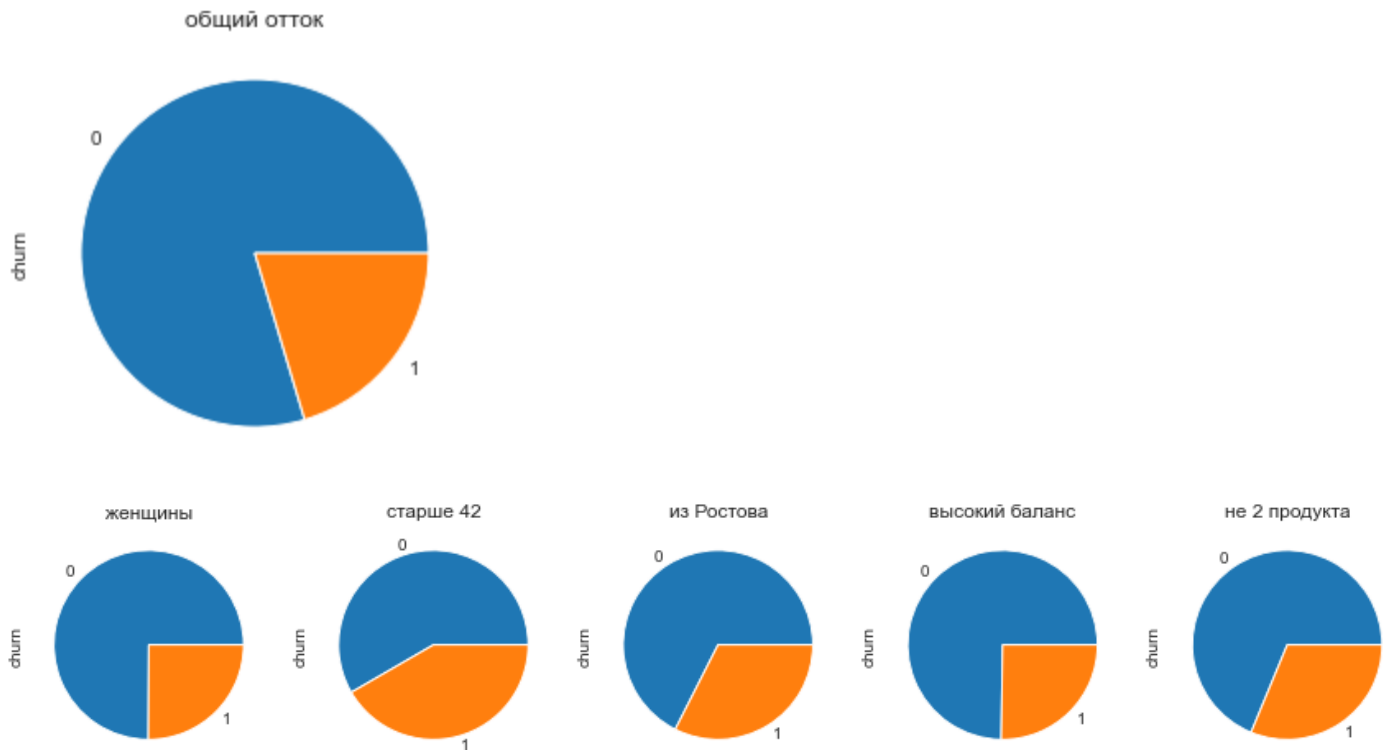
df_segment
```

```
churn
0    0.80
1    0.20
Name: churn, dtype: float64
```

```
Out[54]:
```

	name	size	avg_churn
0	женщины	4543	0.25
1	старше 42	2894	0.42

	name	size	avg_churn
2	из Ростова	2509	0.32
3	высокий баланс	4799	0.25
4	не 2 продукта	5410	0.31



Во всех группах довольно высокий отток, выше общего по данным. Схожи по доле оттока сегменты: Женщины и высокий баланс, Ростов Великий и не 2 продукта. Объединим их в один сегмент.

```
In [55]: df_gender_balance = df.query("gender == 'Ж' & balance>100000")
df_city_products = df.query("city == 'Ростов Великий' & products!= 2")

values = [df_gender_balance, df_city_products, df_age]
title_list = ['женщины с высоким балансом', 'Ростов не 2 продукта', 'старше 42']

fig, axs = plt.subplots(1, len(values), sharey = False, figsize = (15,5))
for i, value in enumerate(values):
    part_churn = value.groupby('churn')['churn'].count() / value.query("churn==1")['churn']
    part_churn.plot(kind = 'pie', ax=axs[i]).set(title = title_list[i])

values = [df_gender_balance, df_city_products, df_age]
df_segment = pd.DataFrame()
df_segment['name'] = title_list
df_segment['size'] = 0
df_segment['avg_churn'] = 0.0
for i, value in enumerate(values):
    df_segment['size'][i] = value.shape[0]
    df_segment['avg_churn'][i] = value.query("churn==1").shape[0] / value.shape[0]

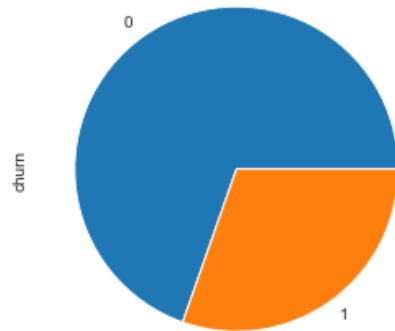
df_segment.sort_values('avg_churn', ascending = False).reset_index()
```

```
Out[55]:
```

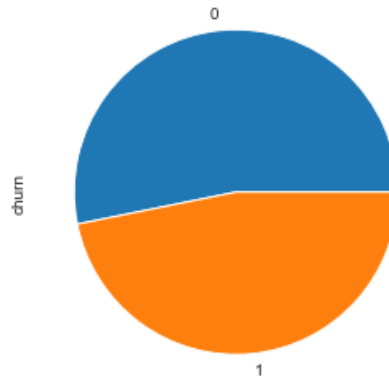
	index	name	size	avg_churn
0	1	Ростов не 2 продукта	1469	0.47
1	2	старше 42	2894	0.42

	index	name	size	avg_churn
2	0	женщины с высоким балансом	2148	0.30

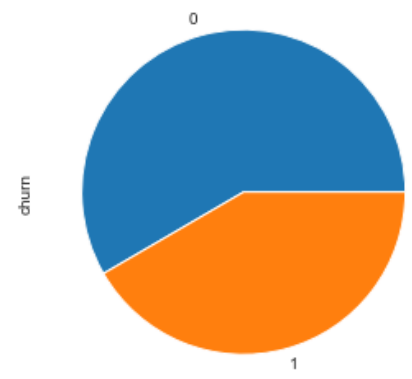
женщины с высоким балансом



Ростов не 2 продукта



старше 42



Имеем три сегмента с крайне высоким оттоком

- клиенты из Ростова Великого использующие 1 продукт (доля клиентов с 3-4 продуктами крайне не велика, скорее всего здесь речь именно об одном продукте;
- клиенты старше 42 лет;
- женщины с балансом выше 100 000.

Размеры сегментов от 1496 до 2148 человек с долей оттока от 30 до 47% т.е. достаточно крупные и высокоотточные.

Вывод

Рекомендации по работе с сегментами можно дать следующие:

- клиентам из Ростова Великого (предварительно убедившись, что их устраивает качество обслуживания и отработав возможные возражения / негатив) предложить оформить второй продукт, продуктом должно быть что - то популярное и соответствующее их потребностям (выявленными менеджером) скорее всего вклад или КК (если нет);
- клиенты старше 42 лет скорее всего имеют детей-подростков, автомобиль, дом/квартиру под все это подходит ряд программ страхования, предложение которых будет релевантно;
- женщинам с балансом выше 100 000 целесообразно дополнительно оформить вклад с более привлекательными условиями

Вывод

В данной работе были проанализированы данные о клиентах банка "Метанпром".

Построены модели прогнозирования оттока клиентов:

- * логистическая регрессия;
- * случайный лес;
- * дерево принятия решений.

Основываясь на показателях ключевых метрик оценки моделей accuracy, precision, recall, F1 можно сказать, что обе модели хорошо показывает себя в прогнозировании оттока. По совокупности чуть

лучше показывает себя модель случайный лес .

Выделены основные черты клиентов склонных к оттоку

- женщины;
- клиенты в возрасте 44-45 лет и выше;
- лица проживающие в Ростове Великом;
- клиенты с балансом выше 100 тысяч.

и более надежных:

- мужчины;
- клиенты в возрасте до 44 лет;
- клиенты регулярно совершающие активности в приложении банка;
- пользователи двух продуктов банка.

Проверены две статистические гипотезы

Можно утверждать, что:

- средний доход отточных и неотточных клиентов равен;
- средний возраст отточных и неотточных клиентов различается

Проведена кластеризация

Использовался метод KMeans , выделено три кластера. Качество проведенной кластеризации не высокое $Silhouette_score = 0,2$, однако средние значения характеристик по кластерам не противоречат и подтверждают сделанные ранее выводы о портретах клиентов.

Общие рекомендации отделу маркетинга:

1 - необходимы активности направленные на отточных клиентов, в частности:

- провести проверку качества обслуживания клиентов и состояния офисов в г. Ростов Великий, например методом аудита "тайный клиент", чтобы выявить возможные отклонения от стандартов обслуживания в этом городе;
- сформировать ряд акционных предложений, которые были бы интересны женщинам среднего возраста, например типичные вещи полезные им:
 - скидки в косметических салонах;
 - скидки магазинах одежды;
 - скидки на определенные виды товаров в продуктовых магазинах.

Здесь требуется проработка партнерских программ и экономической целесообразности.

- уделить внимание клиентам с балансом выше 100 тысяч, например дополнительные бонусы в виде процента на остаток при поддержании заданного баланса.

2 - уделить внимание контролю качества, удовлетворенности от использования продуктов у потенциально отточных клиентов

Обратная связь - это очень важно в любом бизнесе, а особенно в банковском/

- организовать сбор обратной связи удовлетворенности клиентов из зоны риска.

- требуется проработка скрипта для обзвона, собирающий информацию о удовлетворенности от использования и пожеланий клиентов, это позволит оптимизировать действующие и разработать новые продукты.

3 - увеличивать число клиентов, у которых будут соблюдаться маркеры характеризующие слабый отток:

- добавить в приложение банка опции, заставляющие клиента регулярно заходить в приложение и совершать какие - либо действия.
 - бонусные игры, со сбором фишек/рыбок, которые можно в дальнейшем обменивать на скидки и/или льготное оформление второго продукта.
- клиентам пользующимся одним продуктом банка постараться продать еще один продукт, как показали графики клиенты с двумя продуктами менее склонны к оттоку, предложения по второму продукту должны учитывать потребности клиентов, выявленные при обзвоне;

Рекомендации отделу маркетинга по работе с наиболее проблемными сегментами

Первоочередное воздействие необходимо на группу старше 42 лет либо "Ростов не 2 продукта"

- клиентам из Ростова Великого с одним продуктом предложить оформить второй продукт, продуктом должно быть что - то популярное и соответствующее их потребностям (выявленными менеджером) скорее всего вклад или КК (если нет)
 - *предварительно убедившись, что их устраивает качество обслуживания и отработав возможные возражения / негатив;
- клиенты старше 42 лет скорее всего имеют детей-подростков, автомобиль, дом/квартиру под все это подходит ряд программ страхования, предложение которых будет релевантно;
- женщинам с балансом выше 100 000 целесообразно дополнительно оформить вклад с более привлекательными условиями

Реализация всех вышеописанных рекомендаций требует тщательной проработки профильными подразделениями банка