

# Анализ причин оттока клиентов сервиса Gecstaro

Автор: Музафарова Евгения

Контакты для связи: 

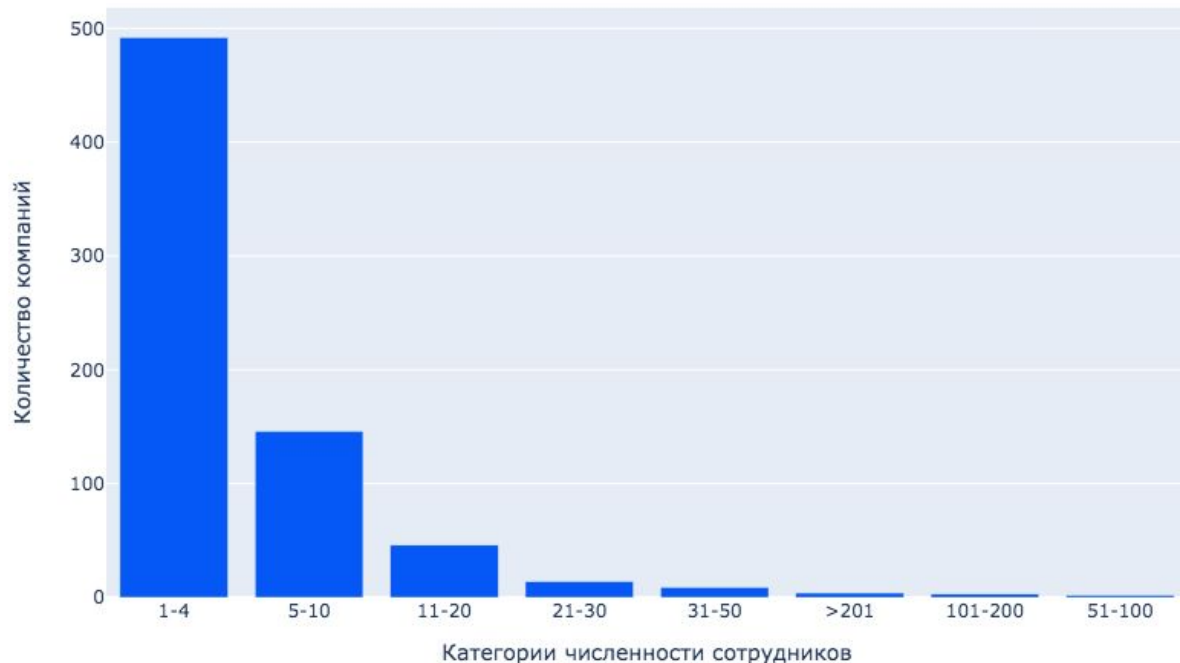
## Цель исследования:

- Проанализировать имеющиеся данные
- Составить портреты наиболее типичных клиентов
- Разобраться в причинах оттока клиентов
- Предложить решения по их минимизации

Анализ проведен на данных за период с июля 2019 по апрель 2023 годов

# Портрет пользователя сервиса Gectaro

Распределение компаний по численности сотрудников



82% компаний  
имеют  
численность до  
10 человек.  
Заметно  
преобладает  
численность  
1-4 человека,  
она составляет  
63%

# Профили деятельности компаний

В распределении по профилям деятельности самую большую долю (58%) занимают компании, которые не указали область деятельности.

23% компаний - строительные

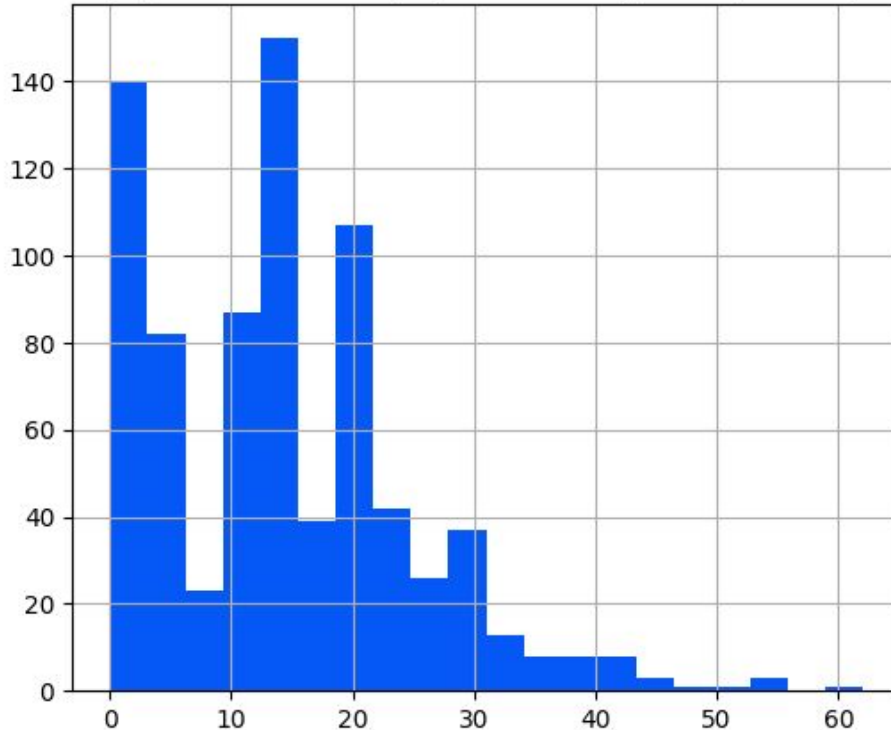
5% приходится на компании, занимающиеся ремонтом

Распределение компаний по профилям деятельности



# Жизненный цикл компании в сервисе

Распределение по общему количеству месяцев в сервисе

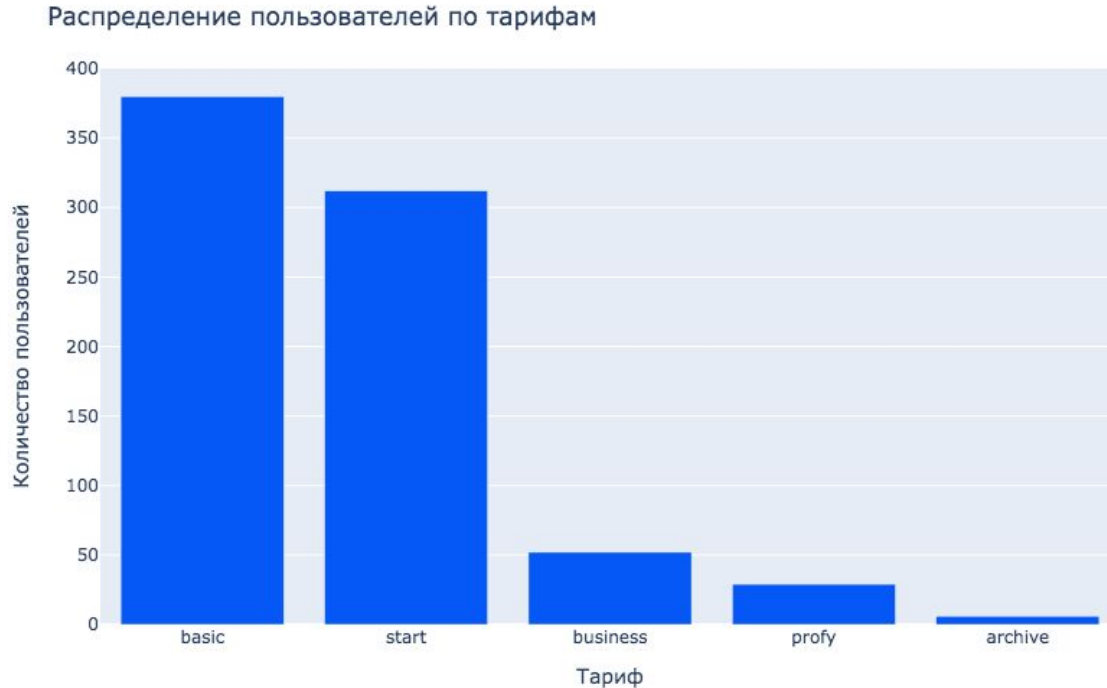


Средний период жизни компании-пользователя в сервисе - 13 месяцев.

Количество месяцев в сервисе в среднем варьируется от 6 до 20 (от полугода до почти двух).

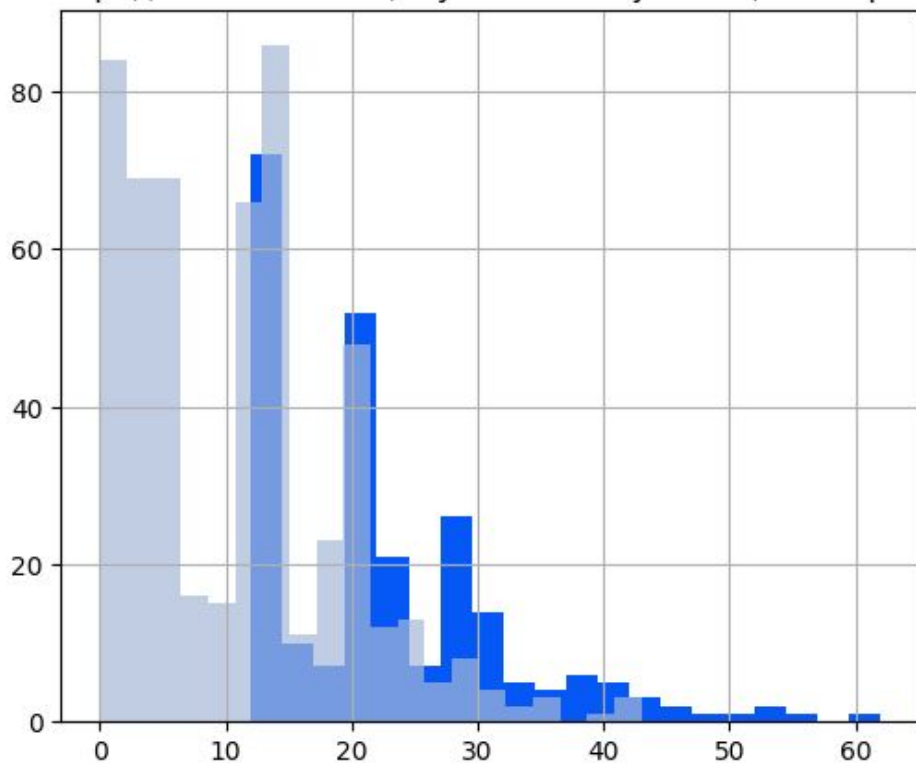
# Тарифы

Среди тарифов заметно преобладают тарифы basic (49%) и start (40%)



# Анализ ушедших пользователей

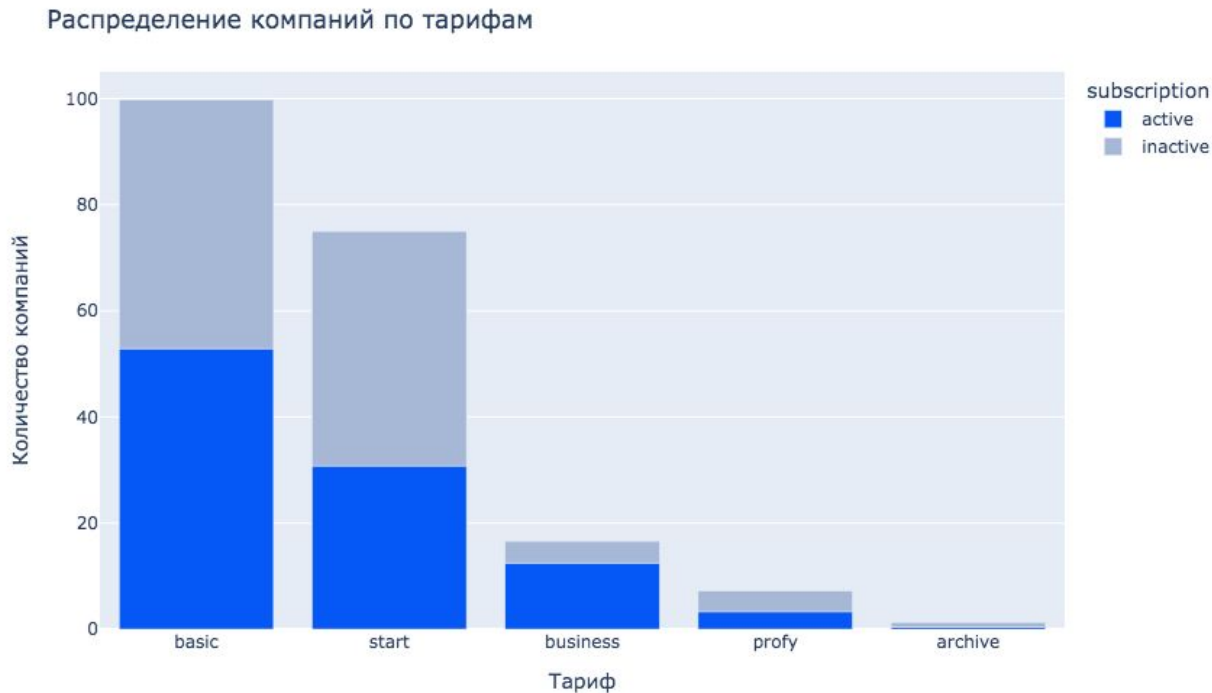
Распределение по общему количеству месяцев в сервисе



Средний период пользования сервисом среди ушедших пользователей составляет 12 месяцев и в большинстве случаев не превышает 15 месяцев. Тогда как среди активных пользователей средний период жизни в сервисе составляет 20 месяцев.

# Распределение по тарифам

Чаще всего  
уходят с тарифов  
start и basic. С  
тарифа business  
уходят заметно  
реже.



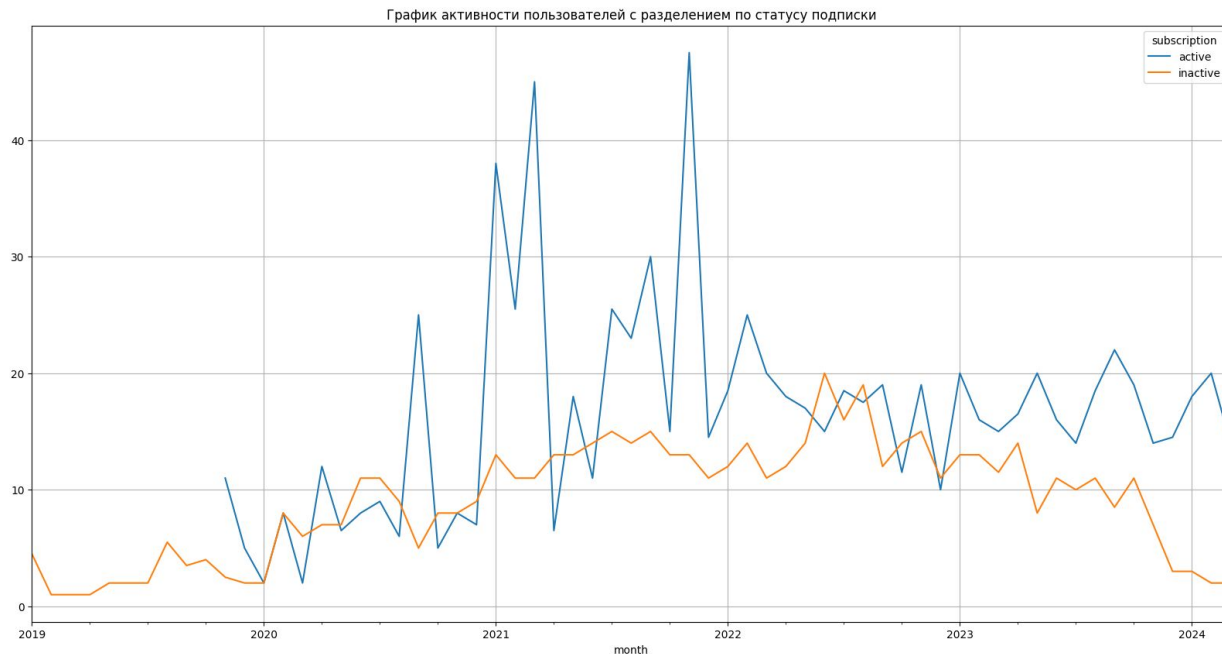


# Распределение по последней дате подписки

Пик количества окончания подписок - декабрь 2023. Также есть пики в середине 2022 и в конце 2021. Учитывая средний цикл жизни компании в сервисе в 13 месяцев, можно предположить, что это даты окончания годовых подписок, которые так и не были продлены.



# Распределение по активности



Пик активности ушедших пользователей пришелся на середину 2022 года, после чего активность начала падать и к концу 2023 года практически сошла на нет.

## Вероятные причины оттока

- Недовольство функционалом
- Недовольство техническими недоработками
- Также, одна из вероятных причин - смена тарифных предложений. По сравнению с 2022 годом сократилось количество ценовых предложений. Из 11 вариантов осталось 7
- Экономическая ситуация в стране

## Факторы, влияющие на отток

- Среди ушедших больше компаний, занимающиеся ремонтом и отделкой или инженерными системами
- Чаще всего уходят с тарифа start (tariff\_price\_id 23)
- Признаком скорого оттока может служить снижение активности. Наряду с близкой датой окончания подписки это может служить индикатором того, что пользователь не будет её продлевать.

# Рекомендации

Основная проблема - непродление подписки.

Разработать стратегию удержания клиентов включающую в себя:

- более привлекательные ценовые предложения для клиентов, близких к оттоку
- повышение удовлетворенности клиентов. Оперативное реагирование на обращения, удобные формы обратной связи
- усовершенствование функционала сервиса