

# Сегментация клиентов банка

Автор: Лев Васильев



# Содержание



Подход к формированию сегментов



Выявленные признаки различий



Портреты сегментов



Выводы

# Подход к формированию сегментов

Оптимальным является разделение на три сегмента:

- сегмент 1 – владельцы одного продукта банка
- сегмент 2 – владельцы двух продуктов
- сегмент 3 – владельцы трех и более продуктов

Владельцы 3-х и 4-х продуктов слишком малочисленны для раздельного рассмотрения.



Владельцы 3-х и 4-х продуктов схожи по уровню оттока.

Уровень оттока у клиентов с разным количеством продуктов



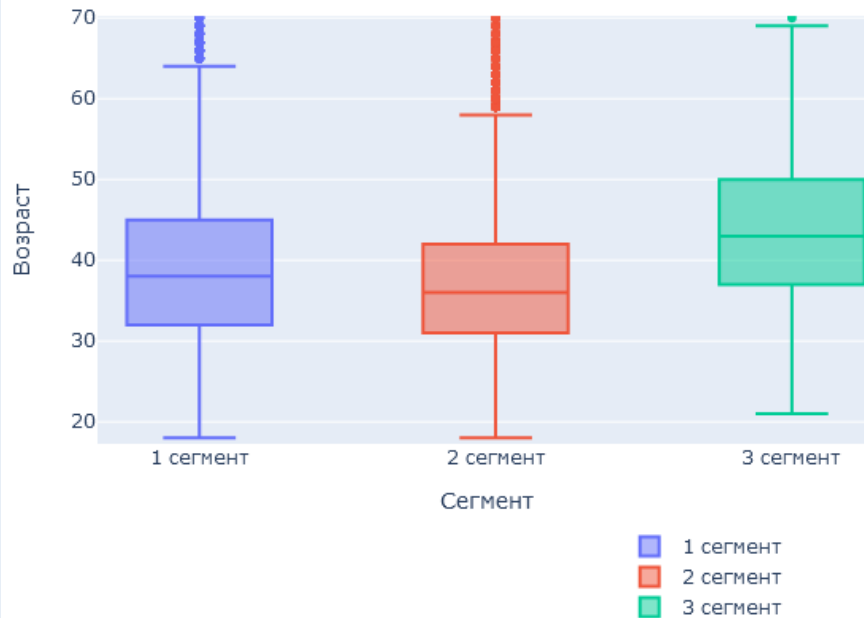
# Выявленные признаки различий

Возраст - выделяется 3-й сегмент

Доля клиентов без счета в банке  
- все сегменты различны

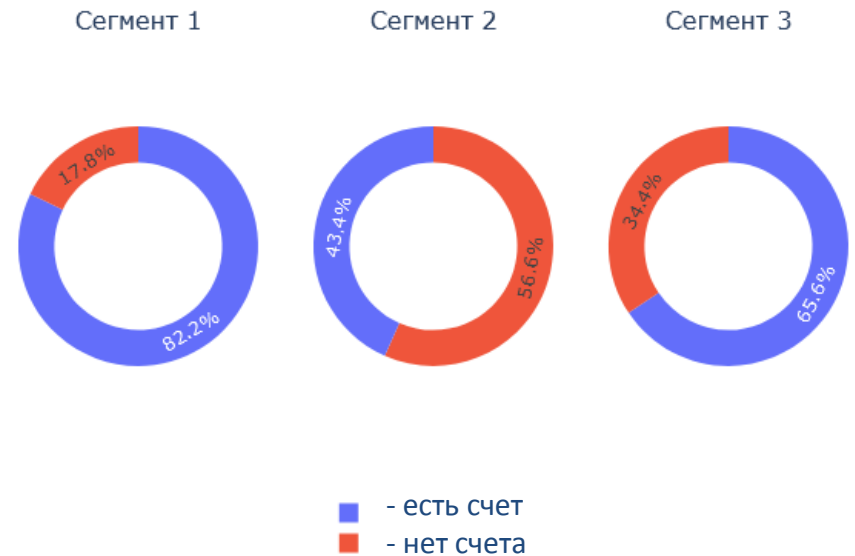
Третий сегмент - немного старше первого и второго.

Сравнение возраста в сегментах



Первый сегмент - лидер по доле клиентов со счетом<sup>1</sup>.

Доля клиентов без счета



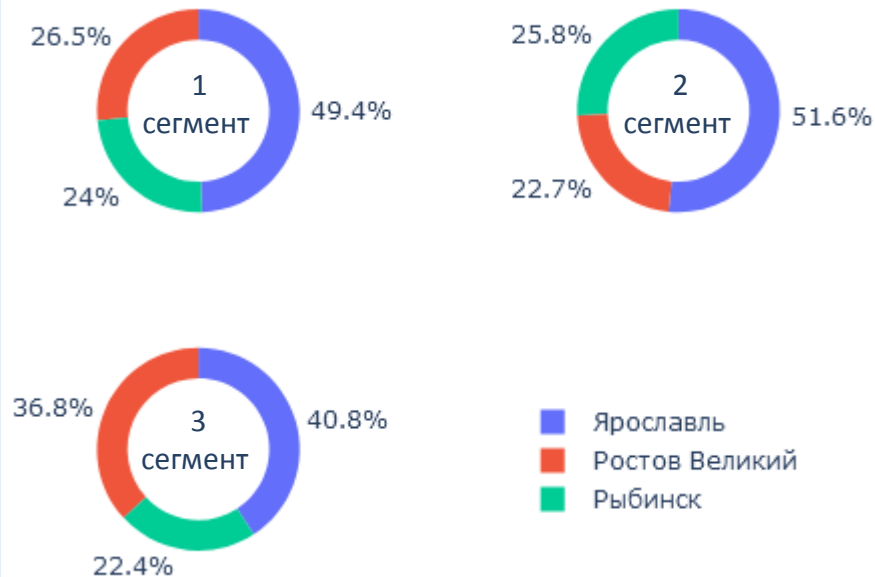
1 – статистическая значимость различий проверена Z - критерием

# Выявленные признаки различий

Город - выделяется 3-й сегмент

Доля Ростова в третьем сегменте выше за счет сокращения доли Ярославля.

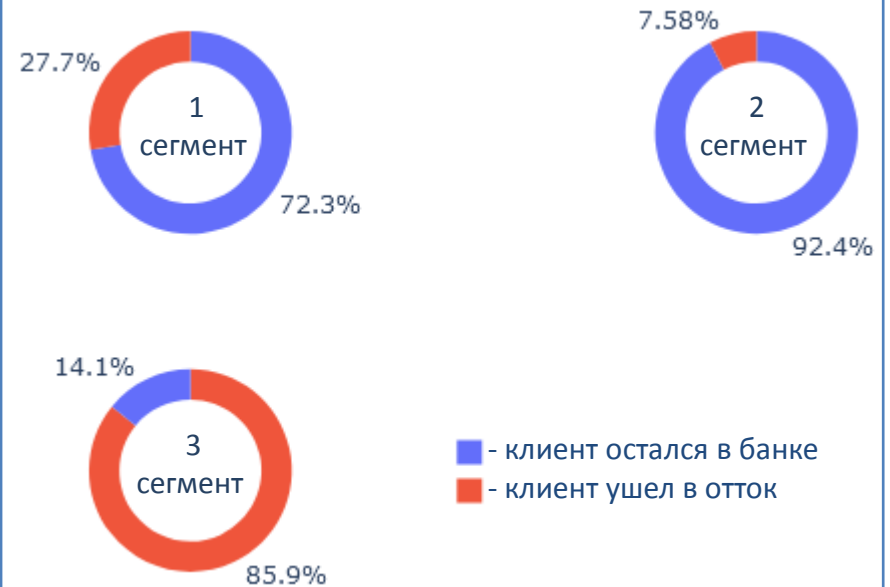
Доля городов в сегментах



Уровень оттока - все сегменты различны

Попадение в 3-й сегмент – почти гарантия оттока.

Доля оттока в сегментах



# Портреты сегментов

С учетом наиболее ярких различий, портрет клиентов в сегментах выглядит следующим образом.



- 1 продукт банка.
  - Самая низкая доля клиентов без счета в нашем банке(18%).
  - Средняя надежность(27% оттока).



- 2 продукта банка.
  - Самая высокая доля клиентов без счетов в банке (57%).
  - Минимальный уровень оттока (меньше 8%).



- 3 и более продуктов банка.
  - Немного старше 1-го и 2-го сегментов.
  - Средний по доле клиентов без счета (34%).
  - Больше доля клиентов из Ростова(в основном, в ущерб Ярославлю), чем в сегментах 1 и 2.
  - 86% оттока.

# Выводы

---

1. Критерии, по которым удалось обнаружить заметные различия между сегментами:
    - Возраст - выделяется 3-й сегмент. Его клиенты в среднем, на 5 лет старше первого и второго.
    - Доля клиентов без счета в банке - все сегменты различны. Меньше всего отсутствующих счетов в первом сегменте, а больше всего во втором.
    - Город - выделяется третий сегмент. Там больше доля жителей Ростова Великого, чем в первых двух сегментах.
    - Отток - наибольшее различие между всеми сегментами.
  2. Гипотеза о разнице в уровне доходов между клиентами с 1-им и 2-мя продуктами не нашла подтверждения.
  3. Фактор наличия счета в банке скорее является негативным с точки зрения оттока т.к. у первого и третьего сегмента меньше доля клиентов без счета и выше отток, но отсутствие линейной корреляции говорит о том, что вмешиваются и другие, существенные факторы.
  4. Возможно, картину могли бы прояснить дополнительные данные о том, какими именно продуктами владеют те или иные клиенты, и построение портрета клиента не только с точки зрения количества продуктов, но и с точки зрения их состава.
-