

# Анализ уровня потребительской лояльности

Дата проведение анализа 26.03.2022

Заказчик: Большая телекоммуникационная компания

Источник данных: Яндекс.Практикум

# Оглавление

№ слайда	Тема слайда
3	Описание проекта
4	Как участники опроса распределены по возрасту?
5	Как распределены участники опроса по полу и возрасту? Каких пользователей больше: новых или старых?
6	Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?
7	Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису? Какие менее?
8	Какой общий NPS среди всех опрошенных?
9	Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников (англ. promoters)?
10	Общие выводы

# Описание проекта

Заказчик этого исследования — большая телекоммуникационная компания, которая оказывает услуги на территории всего СНГ.

Перед компанией стоит задача определить текущий уровень потребительской лояльности, или NPS (от англ. Net Promoter Score), среди клиентов из России.

Чтобы определить уровень лояльности, клиентам задавали классический вопрос: «Оцените по шкале от 1 до 10 вероятность того, что вы порекомендуете компанию друзьям и знакомым».

Чтобы оценить результаты опроса, оценки разделены на три группы:

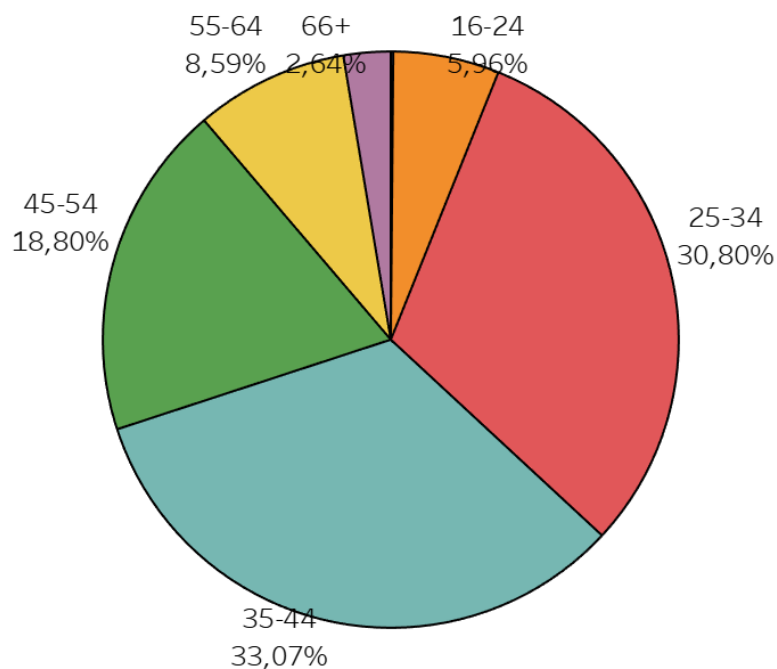
- 9-10 баллов — «сторонники» (англ. promoters);

- 7-8 баллов — «нейтралы» (англ. passives);

- 0-6 баллов — «критики» (англ. detractors).

Итоговое значение NPS определяется разностью сторонников сервиса и критиков.

# Как участники опроса распределены по возрасту?

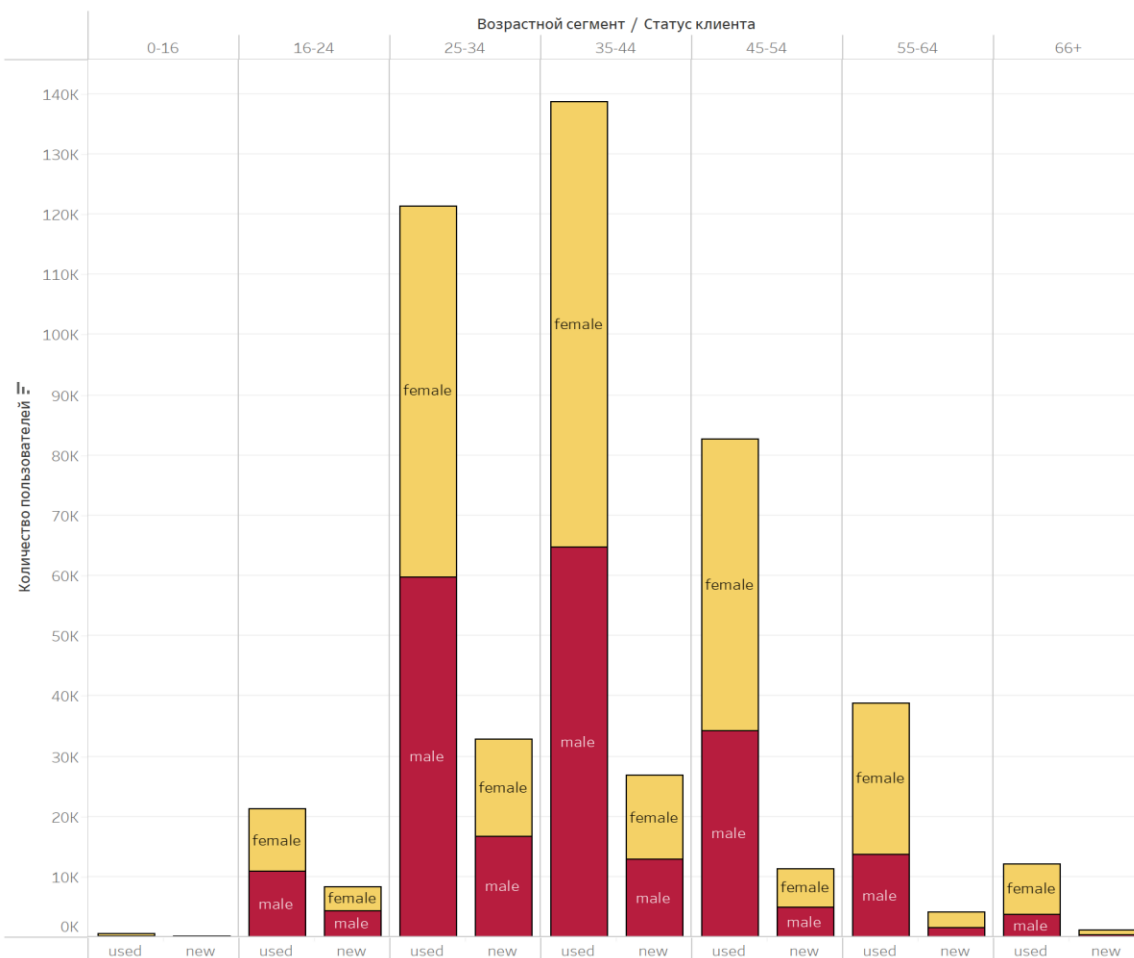


Всего в опросе приняло участие 501 152 пользователя сервиса.

Подавляющее большинство пользователей находятся в возрастном диапазоне от 25 до 44 лет.

При этом менее процента составляют клиенты в возрастной категории до 16 лет.

# Как распределены участники опроса по полу и возрасту? Каких пользователей больше: новых или старых?



Основная группа пользователей находится в возрастном сегменте от 25 до 54 лет (с наибольшим количеством людей в возрасте 35 – 44 лет).

При чём видно, что пользователей женского пола в среднем немного преобладает.

Новых пользователей в целом не много, больше всего в возрасте от 25 до 44 лет. Количество старых пользователей во всех возрастных сегментах заметно выше, чем новых (82,97% - старых против 17,03% – новых)

Статус клиента	
new	85 355 17,03%
used	415 797 82,97%

# Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?

Топ-5 городов по активности участников вполне закономерно занимают следующие представители:

1. Москва – 13,16%
2. Санкт-Петербург – 5,89%
3. Новосибирск – 5,30%
4. Екатеринбург – 4,64%
5. Казань – 4,43%

Москва 65 972 13,16%	Екатеринбург 23 238 4,64%	Омск 13 633 2,72%				
	Казань 22 181 4,43%	РостовнаДону 12 710 2,54%	Барнаул 6 306			
		Уфа 11 944				
	НижнийНовгород 16 062	Красноярск 11 928	Иркутск			
СанктПетербург 29 533 5,89%	Челябинск 15 705	Воронеж 10 664		Пенза	Курск	
	Самара 15 569	Пермь 9 987		Киров	Сочи	
Новосибирск 26 539 5,30%					Тверь	

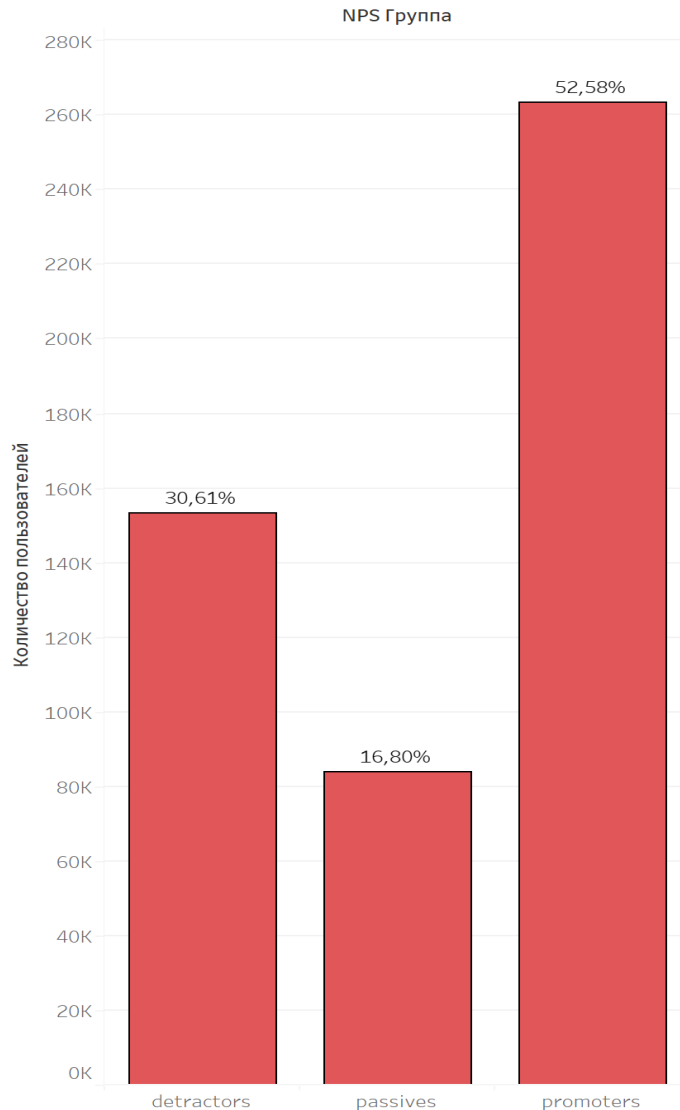
# Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису? Какие менее?

Из таблицы мы видим, что независимо от пола, в среднем, с повышением возраста, растёт и количество положительных оценок(увеличение количества лояльных пользователей). Причем у женщин эта закономерность выражена больше.

Наименее лояльными являются мужчины в возрасте до 24 лет, наиболее лояльным к сервису пользователем оказались женщины после 55 лет.

Пол	NPS Группа	Возрастной сегмент						
		0-16	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	66+
female	detractors	41,05%	36,47%	34,45%	29,54%	25,33%	21,66%	17,79%
	passives	16,05%	20,90%	17,90%	16,22%	14,40%	11,37%	9,64%
	promoters	42,90%	42,63%	47,65%	54,23%	60,27%	66,97%	72,57%
male	detractors	41,23%	37,26%	36,79%	31,50%	27,15%	23,73%	20,16%
	passives	27,58%	21,92%	18,52%	17,61%	17,03%	15,28%	14,59%
	promoters	31,20%	40,82%	44,69%	50,89%	55,82%	60,99%	65,25%


# Какой общий NPS среди всех опрошенных?



Итоговое значение NPS рассчитывается, как разница долей сторонников и критиков сервиса, что в нашем случае выглядит следующим образом:

$$52.58\% - 30.61\% = \mathbf{21.97\%}$$





Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников (англ. promoters)?

Группа пользователей возрастом от 35 до 44 лет, преимущественно (хотя и не в подавляющем смысле) женщины, которые проживают в крупных городах.

# Общие выводы

- Общее количество пользователей участвовавших в опросе - **501 152**.
- Основная группа находится в возрасте от **25 – 44 лет**.
- Новых пользователей - **85 355**, больше всего в возрасте от **25 - 44 лет**. При этом старых пользователей **83%**, а новых **17%**.
- **Топ-3** городов по самому большому количеству пользователей это: Москва – **65 972**, Санкт-Петербург – **29 533**, Новосибирск – **26 539**.
- С повышением **возраста**, растёт и количество **положительных оценок**(увеличение количества лояльных пользователей). При чем у **женщин** эта закономерность выражена больше.
- **Наименее лояльными** являются **мужчины в возрасте до 24 лет**, **наиболее лояльным** к сервису пользователем оказались **женщины после 55 лет**.
- Итоговое значение NPS - **22%**
- К сторонникам относятся люди в возрасте **от 35 до 44 лет**. Более лояльными являются **женщины**, которые проживают в **крупных городах**.



# Спасибо за внимание!

Презентацию подготовил  
**Кудин Константин**  
Контакты: [s.k97@yandex.ru](mailto:s.k97@yandex.ru)  
Дашборд: [Dashboard Proj 2](#)