

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ПОТРЕБЛЕНИЮ

Анализ оттока клиентов банка «Метанпром»



Содержание

1.	Цели и задачи.....	3
2.	Результаты исследования	4
3.	Портрет клиента по сегментам.....	5
4.	Рекомендации по сегментам.....	6
5.	Общие данные о клиентах	7
6.	Общие данные о клиентах – 2	8
7.	Доля оттока клиентов	9
8.	Анализ оттока клиентов	10
9.	Корреляция признаков	11
10.	Сегментирование клиентов по количеству продуктов.....	12
11.	Сегментирование клиентов по количеству продуктов – 2.....	13
12.	Сегментирование клиентов по количеству продуктов – 3.....	14
13.	Сегментирование клиентов по количеству продуктов – 4.....	15
14.	Проверка статистических гипотез.....	16

Цели и задачи

Цель

сегментировать клиентов регионального банка по количеству потребляемых продуктов, проанализировать их отток в каждом сегменте и дать рекомендации по удержанию клиентов

Задачи

- провести исследовательский анализ имеющихся данных;
 - сегментировать клиентов банка на основе данных о количестве потребляемых продуктов и составить типичный портрет клиента в каждом сегменте;
 - сформулировать и проверить статистические гипотезы;
- дать рекомендации по уменьшению оттока пользователей каждого сегмента

Исходные данные

датасет о клиентах банка «Метанпром», содержащий 10000 записей

Результаты исследования



Наиболее склонны к оттоку:

- клиенты в возрасте от 49 до 66
- клиенты имеющие 3 или 4 продукта
- клиенты-женщины
- клиенты банка в Ростове Великом
- клиенты с балансом выше 100 у.е.
- клиенты с кредитным скорингом менее 400 баллов



Для более корректного анализа из данных удалили следующие выбросы, составившие менее 3% данных:

- клиентов с кредитным баллом ниже 400 баллов (все они были ушедшими)
- клиентов старше 72 лет (пенсионеры в принципе почти не склонны к уходу)
- клиентов с балансом ниже 47505 у.е. и выше 190495 у.е.
- клиентов, имеющие 4 продукта (все были ушедшими)

Портрет клиента по сегментам



Клиент с 1 продуктом
(50,8 %)

27,5 % ушедших

- мужчина
- 39 лет
- из Ярославля
- скорее неактивный клиент
- 70% случаев продукт - кредитная карта
- кредитный балл 650
- баланс на счету 98 234 .у.е.
- оцененный доход - 99 379 у.е.



Клиент с 2 продуктами
(46,5 %)

7,4 % ушедших

- мужчина
- 37 лет
- из Рыбинска
- активный клиент
- в 70% случаев имеет кредитную карту
- кредитный балл 652
- баланс на счету 51 401 у.е.
- оцененный доход - 100 410 у.е.



Клиент с 3 продуктами
(2,66 %)

82,5 % ушедших

- женщина
- 44 лет
- из Ростова Великого
- активный клиент
- в 70% случаев имеет кредитную карту
- кредитный балл 651
- баланс на счету 75 008 у.е.
- оцененный доход - 104 149 у.е.

Рекомендации по сегментам



Клиент с 1 продуктом
(50,8 %)

- Предложить второй продукт, взаимосвязанный с первым и дающий бОльшие привилегии при совместном использовании
- Предложить более выгодные условия кредитных карт
- Предложить продукт, позволяющий сохранять и приумножать доход



Клиент с 2 продуктами
46,5 %

- Предложить льготные условия кредита, ипотеки или автокредитования, т.к. скорее всего клиент семейный, имеющий детей
- Предложить карту рассрочки
- Предложить продукт с повышенными кэшбэками, чтобы получать выгоду от трат

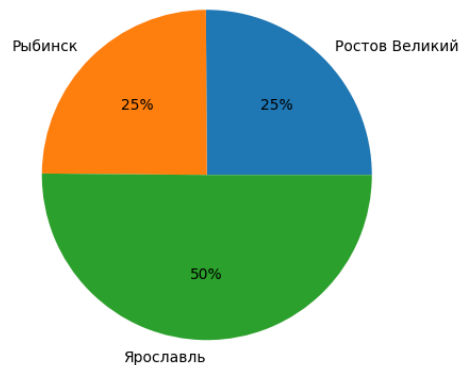


Клиент с 3 продуктами
2,66 %

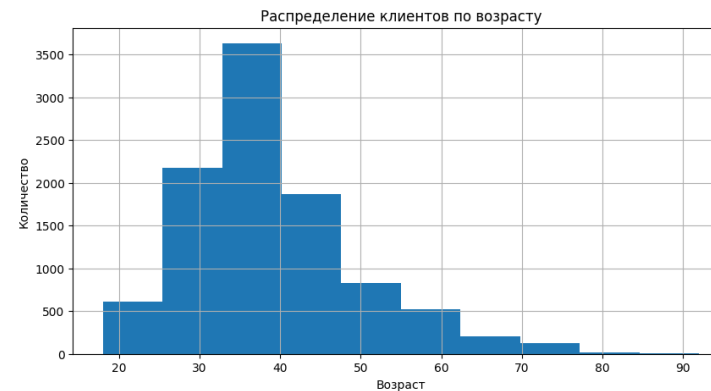
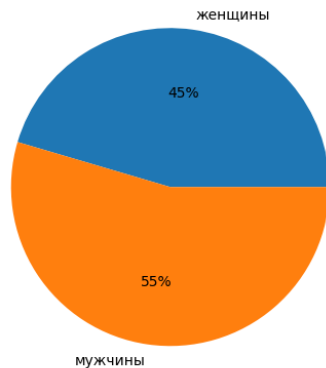
- Предложить взаимосвязанные продукты с бОльшими привилегиями при совместном использовании
- Предложить премиум-программу
- Предложить продукт специально для женщин
- Предложить программы инвестирования доходов

Общие данные о клиентах

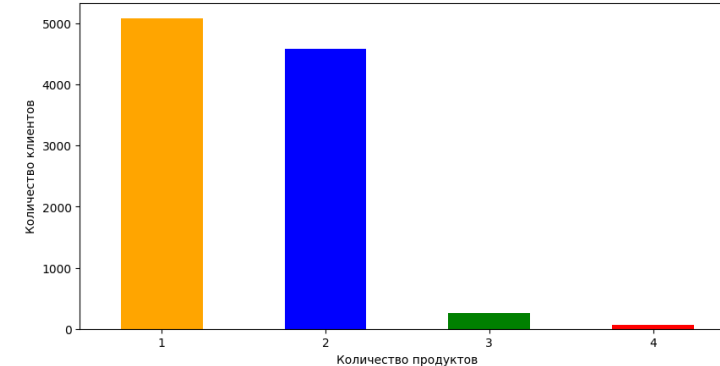
Распределение клиентов по городам



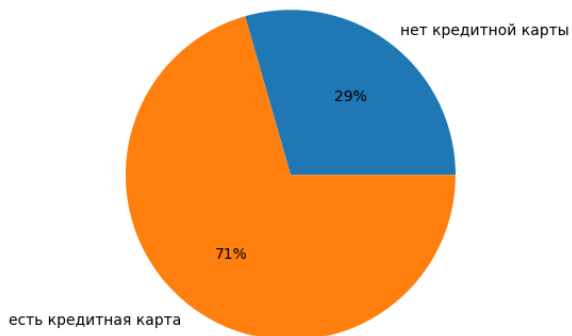
Распределение клиентов по полу



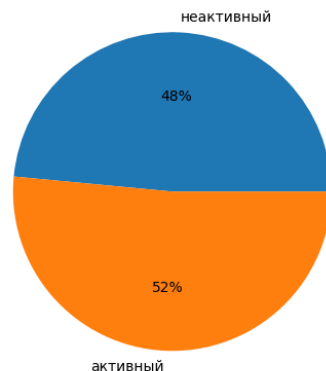
Распределение клиентов по количеству продуктов



Распределение клиентов по наличию кредитной карты

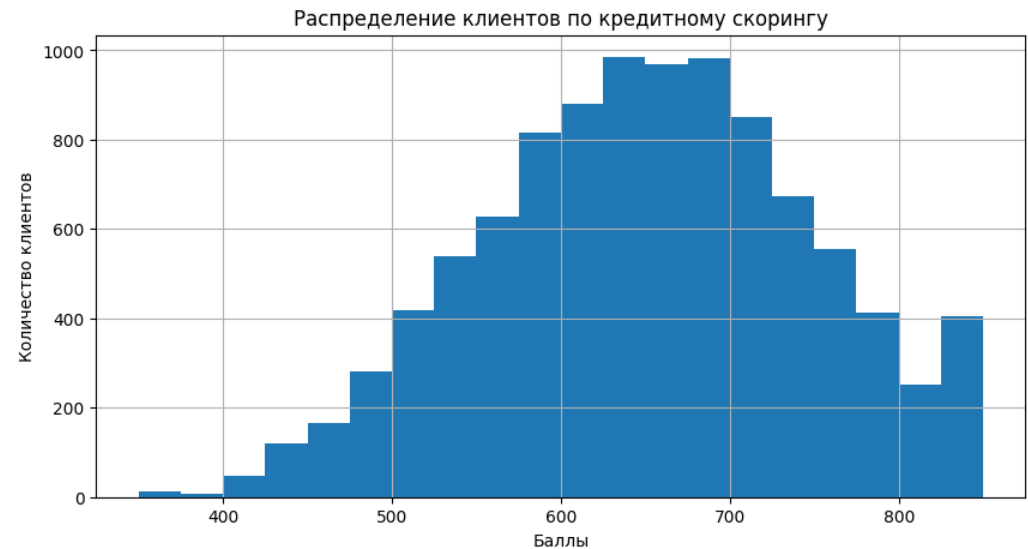
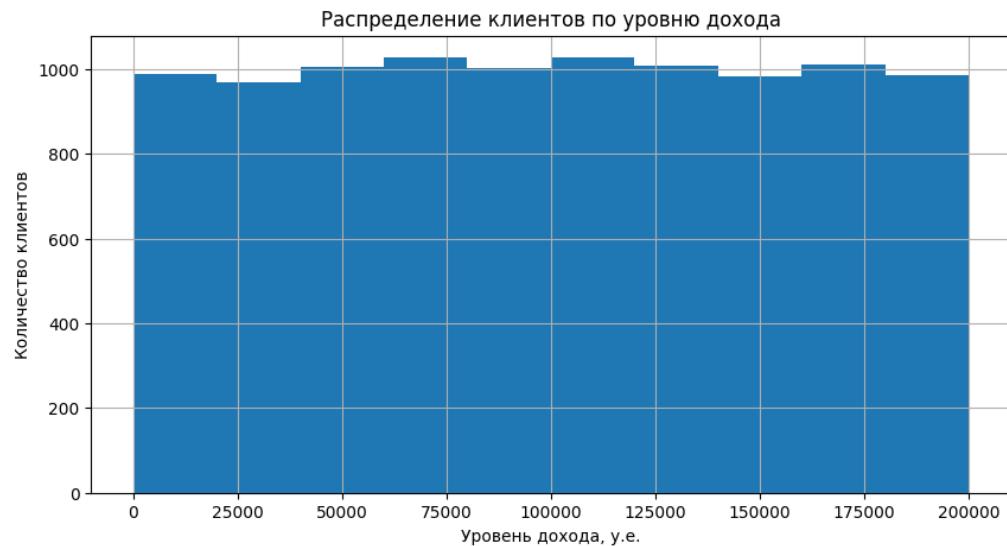


Распределение клиентов по активности



- 50% клиенты банка в Ярославле, 25% - в Рыбинске и 25% - в Ростове Великом
- мужчин на 10% больше, чем женщин
- основной возраст клиентов от 25 до 48 лет, средний возраст - 39 лет
- 71 % клиентов держит кредитную карту
- активных клиентов незначительно больше неактивных
- преобладают клиенты с 1 или 2 продуктами

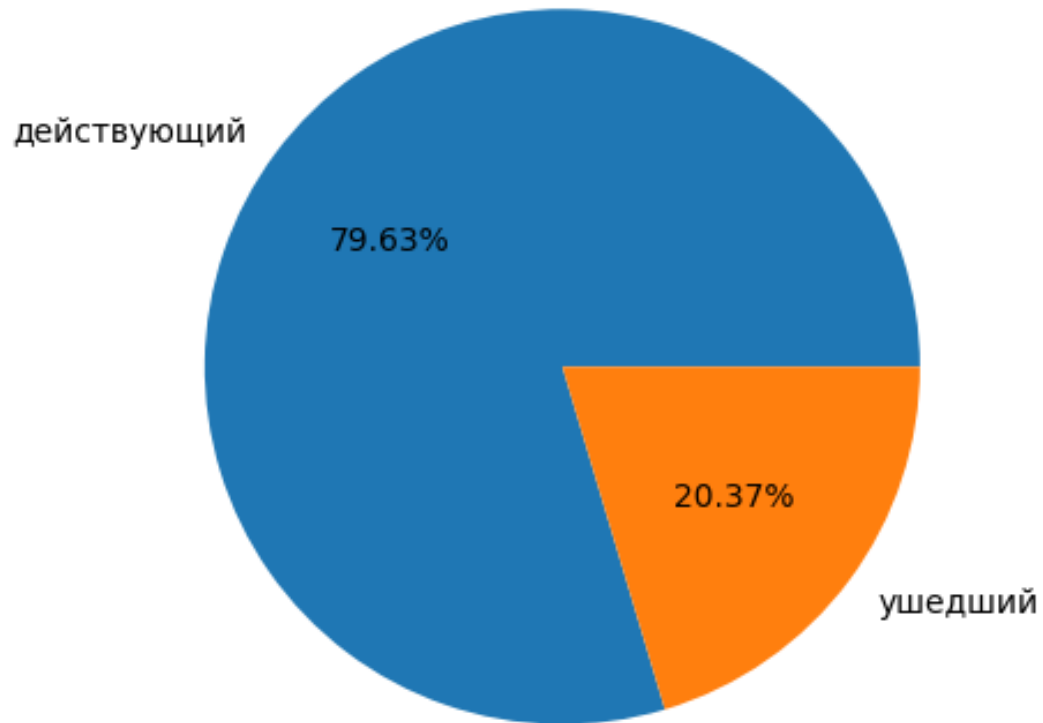
Общие данные о клиентах-2



- оцененный доход клиентов распределен равномерно
- баланс на счете чаще всего лежит в диапазоне от 100000 у.е. до 150000 у.е.
- средний кредитный рейтинг около 650 баллов

Доля оттока клиентов

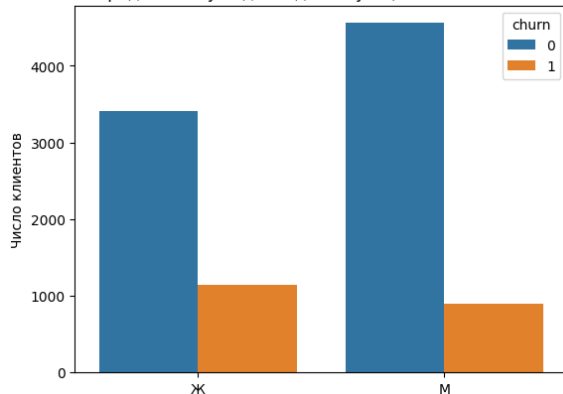
Распределение клиентов по уходу



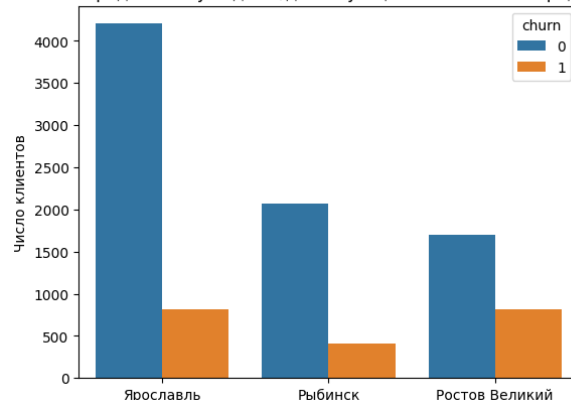
Пятая часть клиентов покинула банк. Это высокий показатель, на который следует обратить внимание

Анализ оттока клиентов

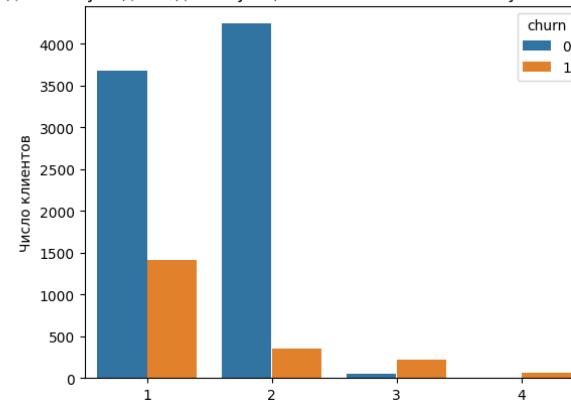
Распределение ушедших/действующих клиентов по полу



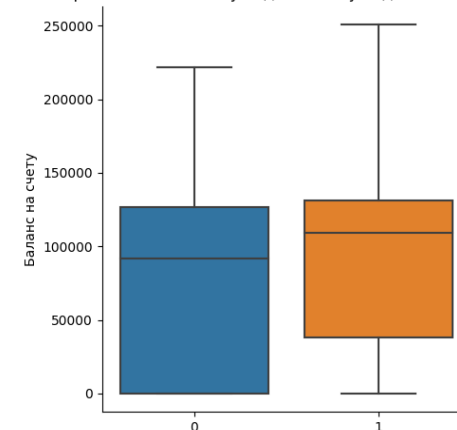
Распределение ушедших/действующих клиентов по городам



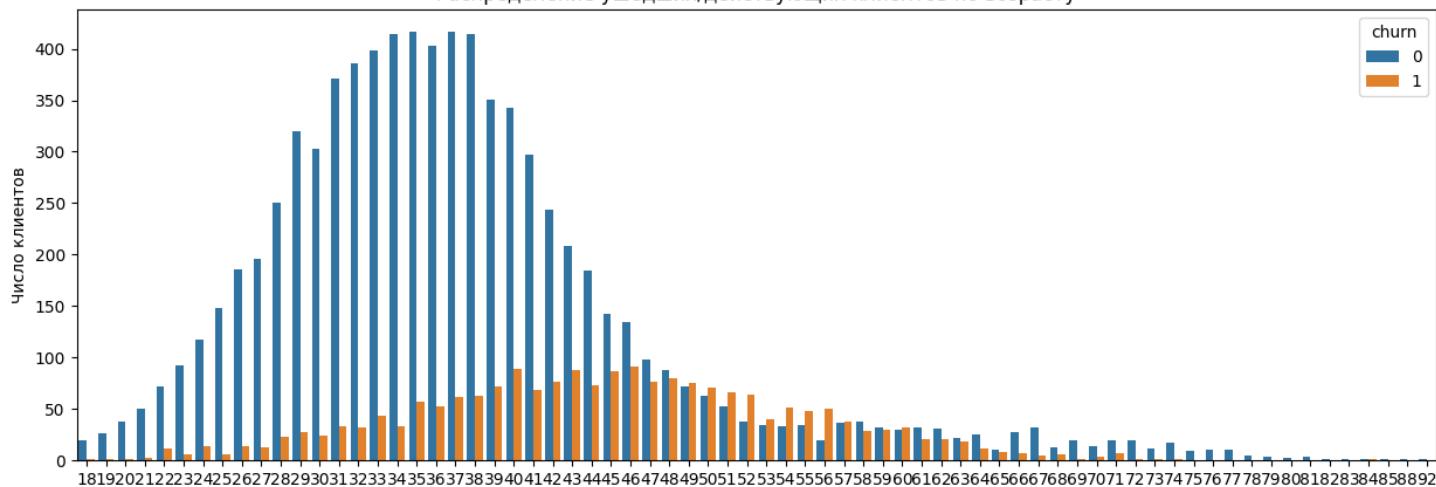
Распределение ушедших/действующих клиентов по количеству банковских продуктов



Сравнение баланса ушедших и неухедших клиентов

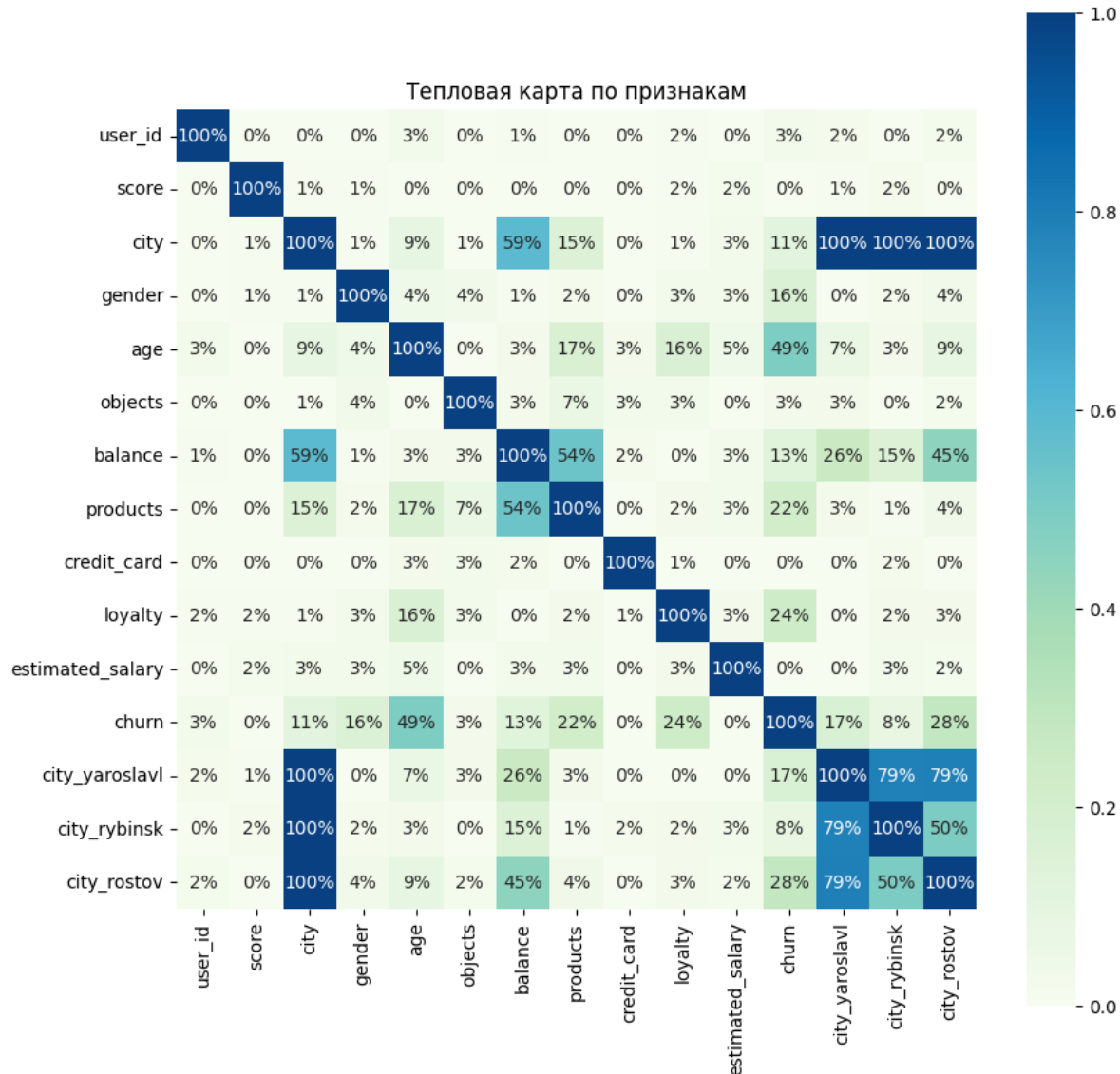


Распределение ушедших/действующих клиентов по возрасту



- к оттоку больше склонны женщины, чем мужчины
- к оттоку склоны клиенты банка в Ростове Великом
- чаще всего уходят клиенты в возрасте от 45 до 66 лет
- самые стабильные клиенты с 2 продуктами, клиенты с 4 продуктами уходят 100%, с 3 продуктами – 80 %
- к оттоку склонны клиенты с более высоким балансом

Корреляция признаков

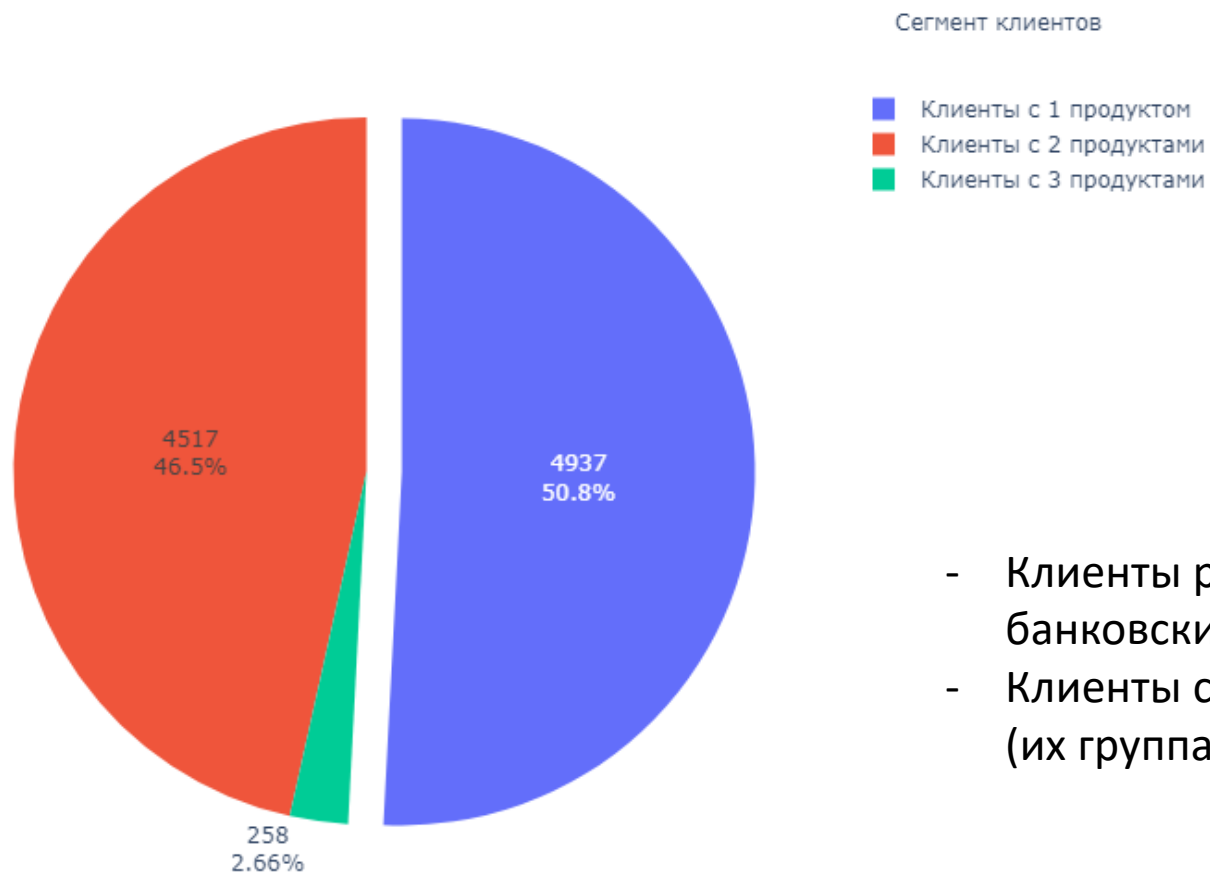


На тепловой карте мы видим корреляцию по следующим признакам:

- количество продуктов и баланс (54%)
- отток и возрастом (49%)
- баланс и город Ростов (45%),
- отток и город Ростов (28%)
- отток и активность (24%)
- отток и количество продуктов (22%)

Сегментирование клиентов по количеству продуктов

Соотношение числа клиентов в каждом сегменте



- Клиенты разделены на 3 сегмента по количеству банковских продуктов
- Клиенты с 4 продуктами удалены как выбросы (их группа была менее 1%, они уходили в 100% случаев)

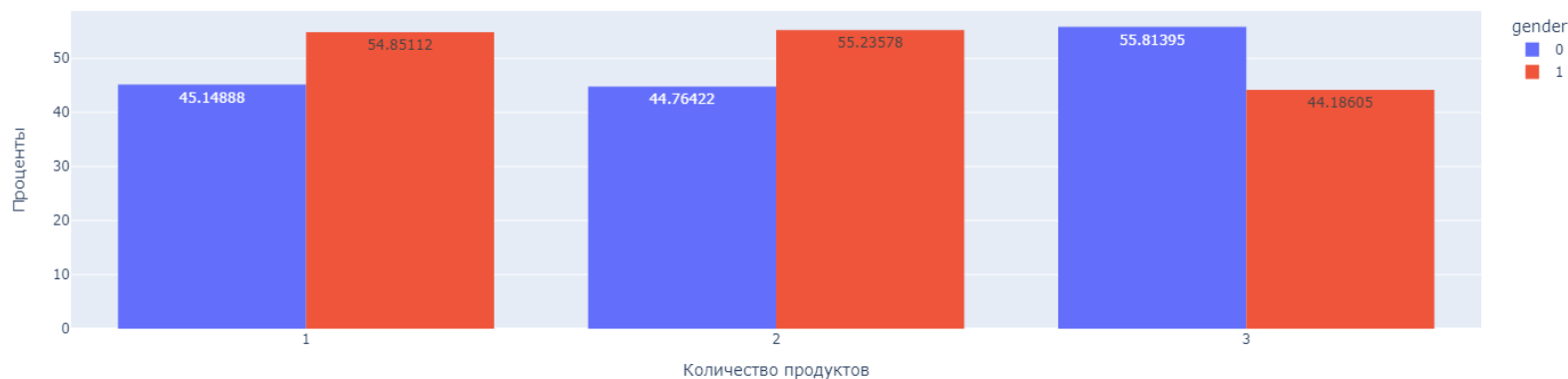
Сегментирование клиентов по количеству продуктов - 2

Доля пользователей продукта по городам



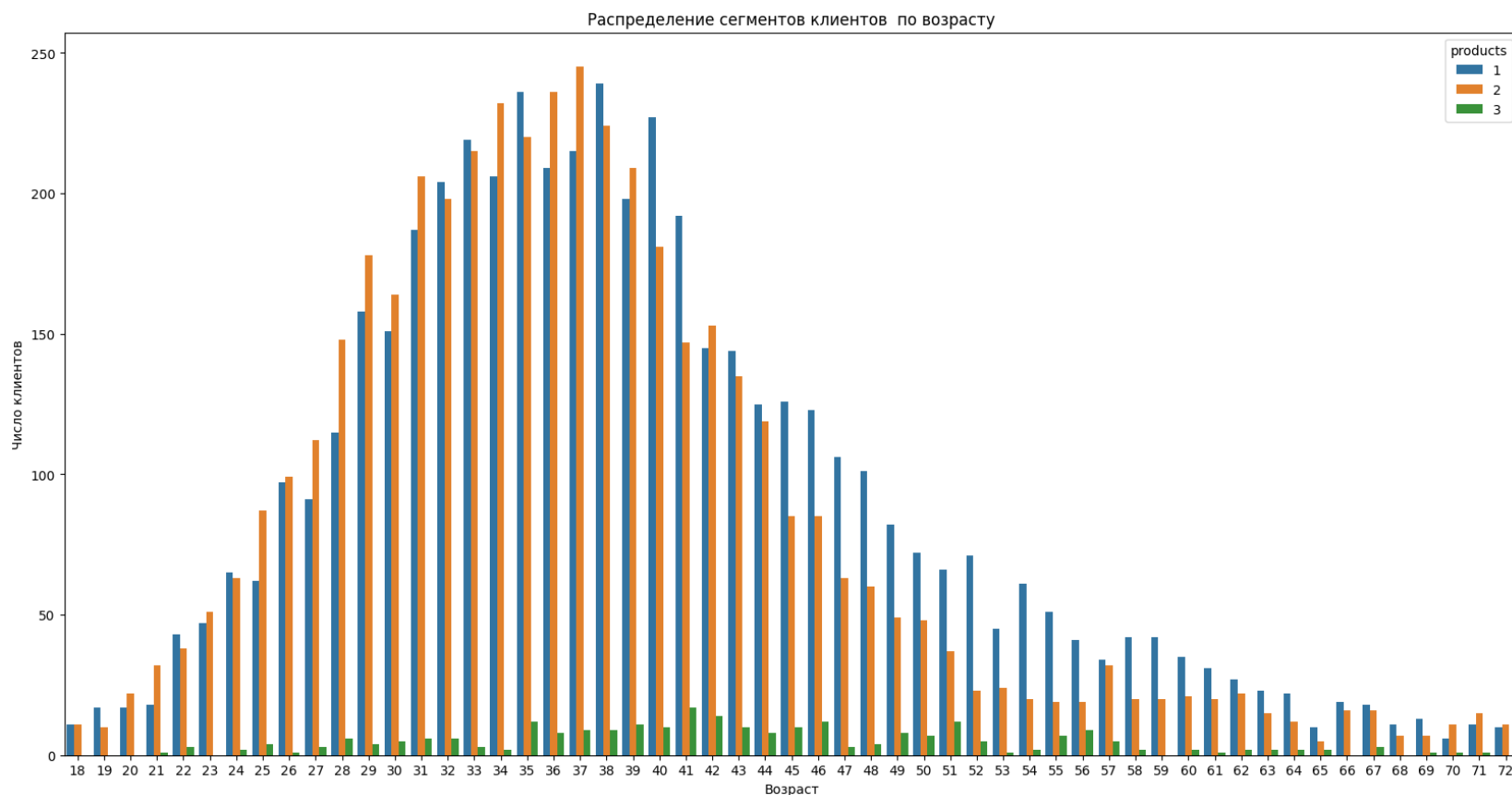
1 продуктам чаще пользуются в Ярославле, 2 продуктами – в Рыбинске, а 3 продуктами – в Ростове Великом

Доля пользователей продукта по полу



1 или двумя продуктами чаще пользуются мужчины, а 3 продуктами – женщины

Сегментирование клиентов по количеству продуктов - 3



Среди клиентов с 1 продуктом большее количество пользователей от 45 до 65, т.е. среди тех, кто больше склонен к оттоку.

Клиенты с 3 продуктами в среднем старше, чем клиенты из других сегментов.

Сегментирование клиентов по количеству продуктов - 4

Доля пользователей продукта по наличию кредитной карты



Доля клиентов, держащих кредитную карту, во всех сегментах примерно равное

Доля пользователей продукта по активности



Самыми неактивными клиентами являются клиенты из сегмента с 3 продуктами

Проверка статистических гипотез

В рамках исследования было проверено 4 гипотезы:

1. Гипотеза различия дохода между теми клиентами, которые пользуются двумя продуктами банка, и теми, которые пользуются одним
2. Гипотеза различия в доходах между теми клиентами, которые уходят, и теми клиентами, которые остаются
3. Гипотеза различия в среднем возрасте теми клиентами, которые уходят, и теми клиентами, которые остаются
4. Гипотеза различия оттока клиентов из головного офиса банка в Ярославле и из филиала в Ростове

Вывод:

- нет оснований, чтобы считать, что доходы клиентов, которые пользуются 1 продуктом, и клиентов, которые пользуются 2 продуктами, различаются
- нет оснований, чтобы считать, что доходы клиентов, которые уходят, и клиентов, которые остаются, различаются
- средний возраст клиентов, которые уходят, и клиентов, которые остаются, различаются
- отток клиентов в Ростове Великом отличается от оттока клиентов в Ярославле



Спасибо за внимание!

Исследование выполнила:

Лысенко И.О., студент группы da-59



primer_pochty@yandex.ru



+7-999-999-99-99