

АНАЛИЗ ЛОЯЛЬНОСТИ АУДИТОРИИ

Выполнил: Трудюлюбов Александр

ОПИСАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА

База данных – результаты опроса пользователей с целью определения уровня лояльности

Объем данных – 502 тыс. респондентов

Задачи:

- I. Изучение структуры пользователей, распределения по полу, возрасту, сроку пользования продуктом, городу дислокации
- II. Выявление более или менее лояльных групп пользователей
- III. Создание «портрета сторонника»

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- NPS – 21,9%
- Большинство клиентов среднего возраста, проживают в крупных городах и используют смартфоны на Android, пользуются услугами более года
- Портрет сторонника в целом совпадает с портретом среднестатистического клиента компании
- Возможные риски – падение лояльности со увеличением времени пользования услугами компании, менее лояльны клиенты, потребляющие большой объем трафика, также проседает лояльность клиентов на IOS

Ссылка на дашборд: https://public.tableau.com/shared/QRFFDB32W?:display_count=n&origin=viz_share_link

МАКЕТ ДАШБОРДА

4 страницы:

- Структура аудитории
- География аудитории
- NPS – 1
- NPS – 2

Фильтры:

is_new	Поле хранит информацию о том, является ли клиент новым
gender_segment	Пол (для удобства работы с полем преобразуйте значения в текстовый вид)
os_name	Тип операционной системы
cpe_type_name	Тип устройства
city	Город проживания
age_segment	Возрастной сегмент
traffic_segment	Сегмент по объёму потребляемого трафика
lifetime_segment	Сегмент по количеству дней «жизни»
nps_group	Поле хранит информацию о том, к какой группе относится оценка клиента в опросе

МАКЕТ ДАШБОРДА

Стр. 1 – структура аудитории

Заголовок	Описание	Фильтры
NPS	Распределение по полу	
Медианный NPS-score	Новый или старый клиент	
Группировка по лояльности		
Гистограмма возраста	Тип OS	Тип устройства

Стр. 2 – география аудитории

Заголовок	Описание	Фильтры
Карта распределения респондентов		Ранжированная таблица городов по доле от общего числа респондентов

Стр. 3 – NPS по категориям

Заголовок	Описание	Фильтры
NPS	NPS по возрастным группам	Карта с NPS по городам Ранжированная таблица с NPS по городам
Медианный NPS-score		
NPS по гендерным группам		

Стр. 4 – NPS по категориям 2

Заголовок	Описание	Фильтры	
NPS	NPS по операционной системе	NPS по типу устройства	NPS по сроку пользования услугами компании
Медианный NPS-score			NPS по объему потребляемого трафика
NPS у новых и старых клиентов			

СТРУКТУРА АУДИТОРИИ

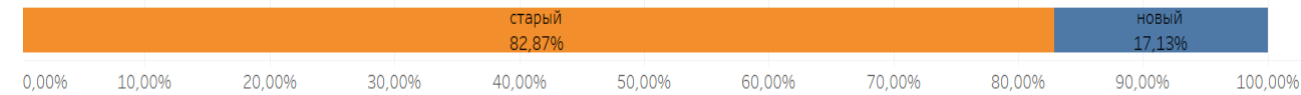
Женщины – большая часть выборки

38 лет – медианный возраст

83% – клиентов со сроком пользования более 1 года

53% – клиентов поставили оценку 8 и выше

Большинство клиентов пользуются смартфонами на Android



Распределение по сроку использования



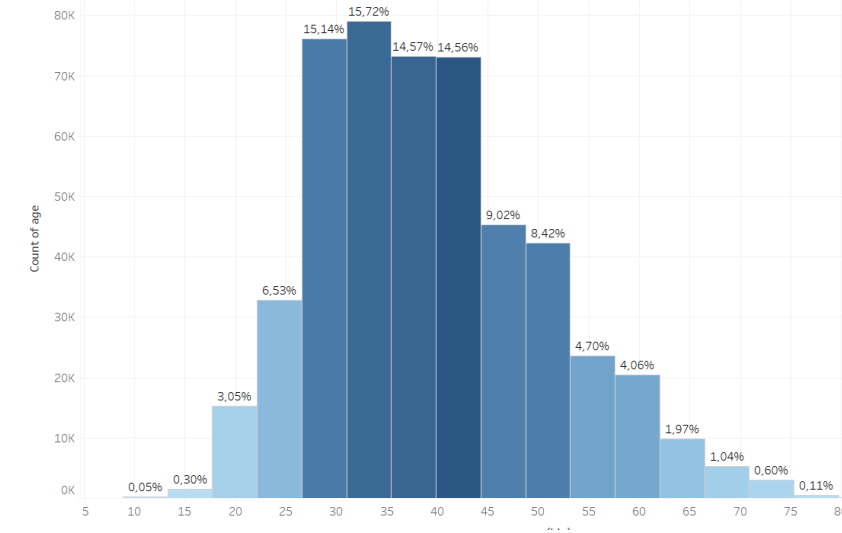
Распределение по группам NPS-score



46%



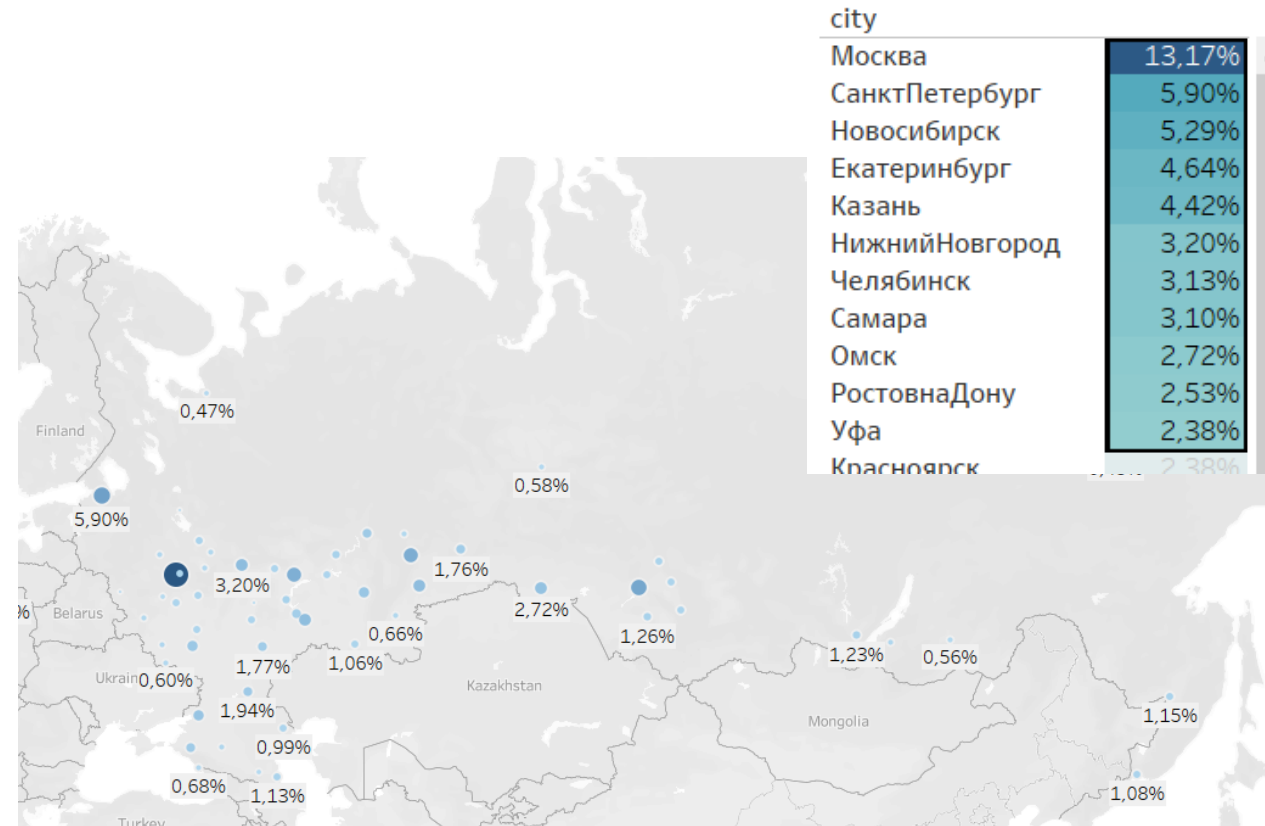
54%



Возрастная гистограмма

ГЕОГРАФИЯ АУДИТОРИИ

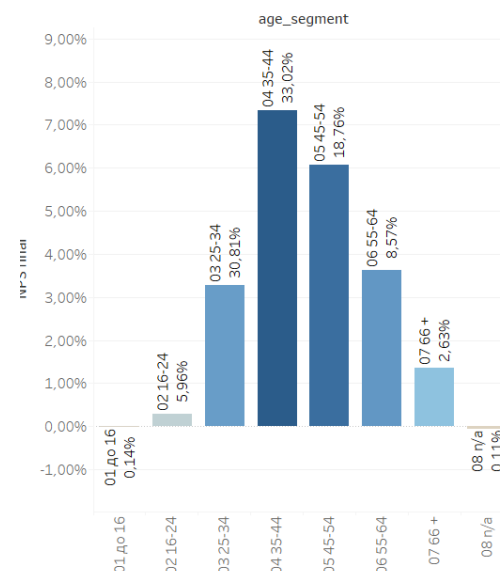
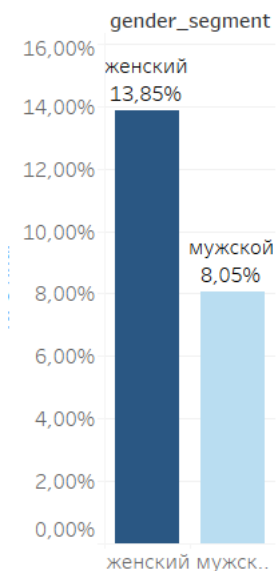
В 11 городах сосредоточено
50% выборки



ЛОЯЛЬНОСТЬ ПО ГРУППАМ

- Города с меньшим числом пользователей демонстрируют более высокий NPS
- Женская часть аудитории лояльнее мужской
- Средневозрастной сегмент «35–44» наиболее лоялен

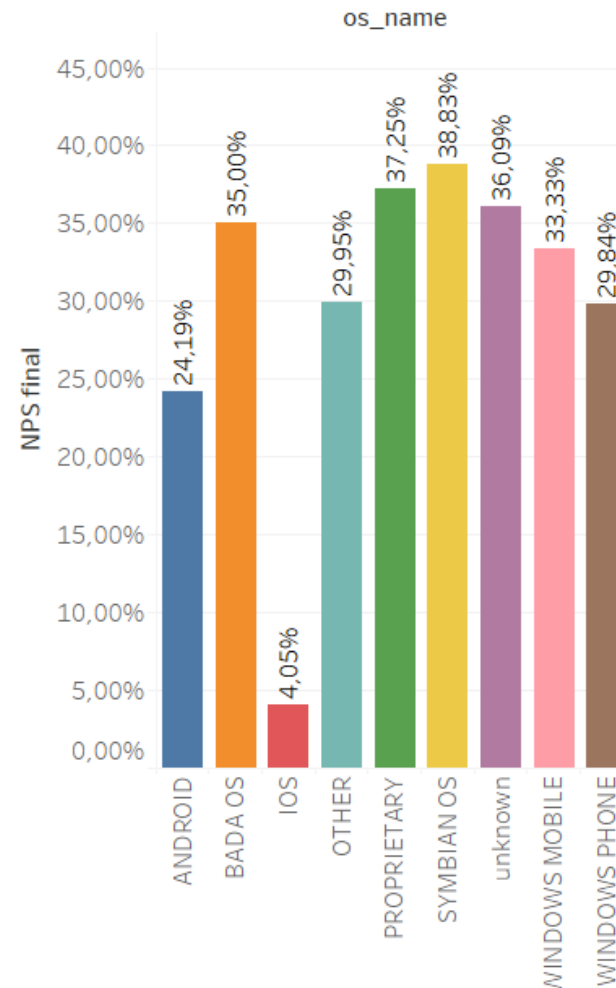
city	
Иваново	46,93%
Череповец	44,33%
Саранск	44,07%
Волжский	40,75%
Новокузнецк	40,24%
Курск	39,83%
Магнитогорск	38,86%
Краснодар	37,57%
Тула	36,49%
Архангельск	35,89%
Сургут	34,53%
Ульяновск	32,89%
Нижний Тагил	31,17%



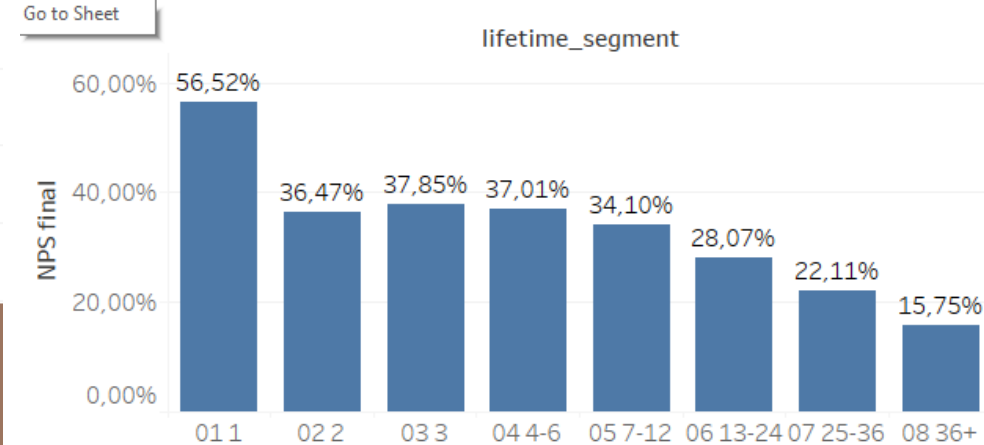
ЛОЯЛЬНОСТЬ ПО ГРУППАМ

- Пользователи современных мобильных OS менее лояльны, особенно IOS
- Лояльность падает со временем потребления услуг компании
- Более требовательные к объему трафика клиенты наименее лояльны

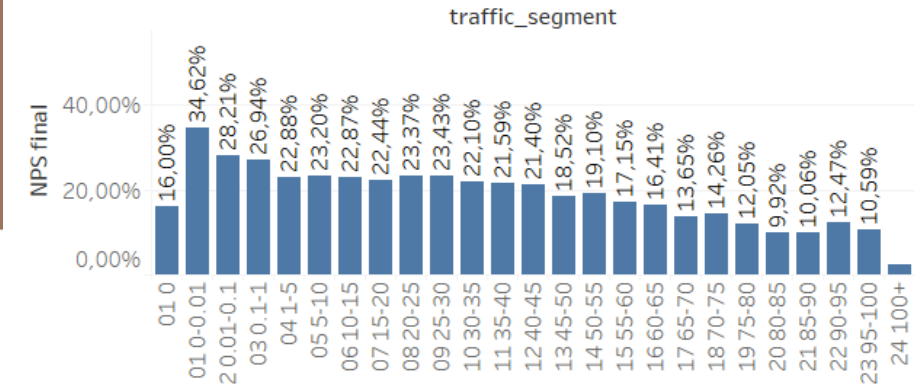
По операционной системе



По сроку пользования услугами компании



По объему потребляемого трафика



ПОРТРЕТ СТОРОННИКА

- Женщина
- Возраст 40–44
- Пользуется услугами компании более года
- Устройство – смартфон на Android
- Из крупного города, скорее всего Москвы