



Банк «Метанпромбанк»

АНАЛИЗ ОТТОКА КЛИЕНТОВ

Подготовил: Махнев М.Ю.



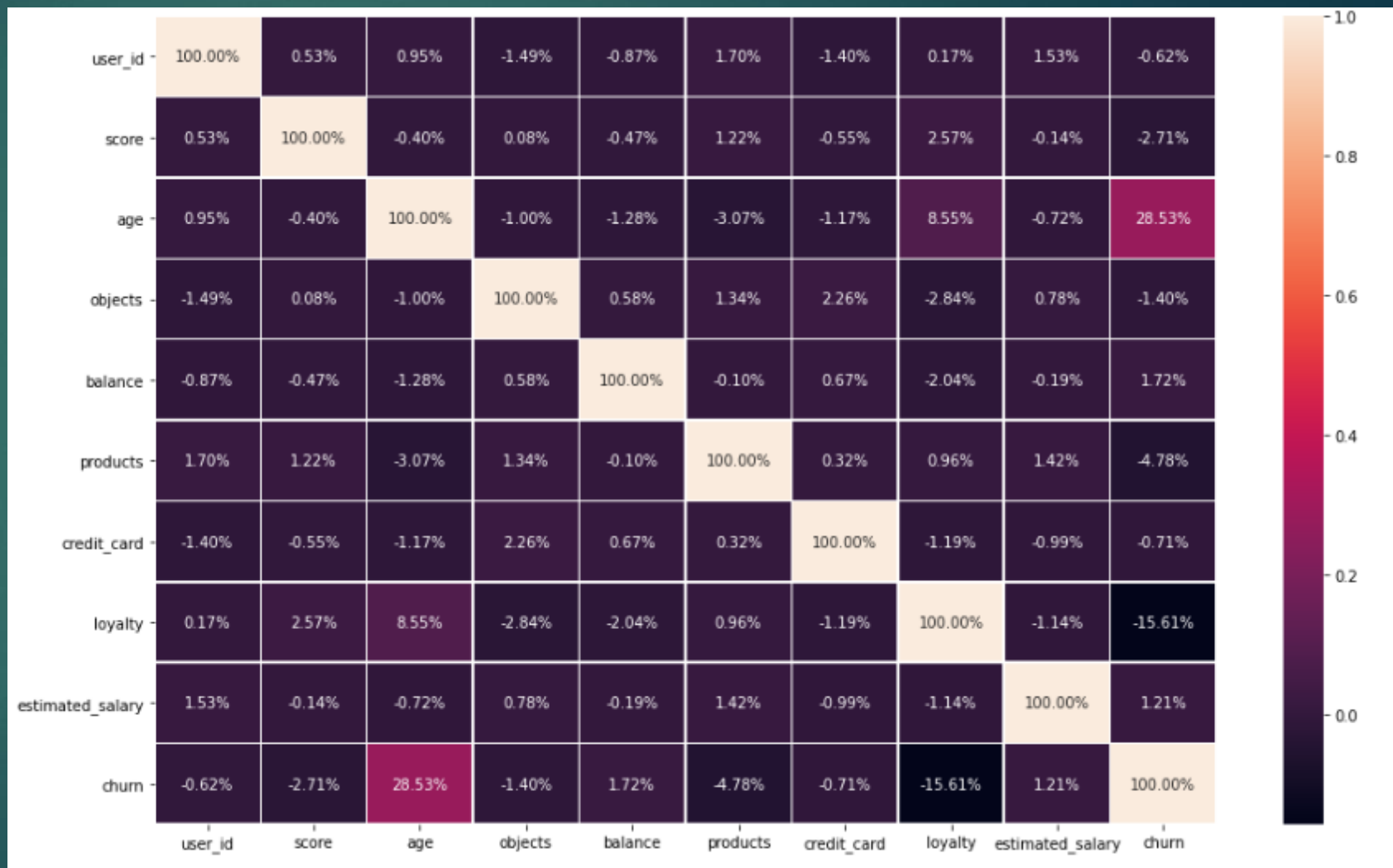
Содержание:

1. Матрица корреляции.....	3
2. Портрет клиента.....	4
3. Влияние на отток.....	5
4. Сегментация клиентов по количеству продуктов.....	10
5. Проверка гипотез.....	13
6. Рекомендации.....	14

Матрица корреляции

Больше всего в матрице выделяется зависимость возраста(age) на отток клиентов(churn), чем старше, тем больше вероятность ухода из банка.

Так же есть зависимость от активности клиента(loyalty), менее активные клиенты уходят с большей вероятностью.



Портрет клиента

- ▶ Средний возраст клиента 38 лет. Клиентов мужского пола на 9,14% больше.
- ▶ Среднее количество объектов в собственности 5
- ▶ Большинство клиентов имеют кредитную карту (71%)
- ▶ Средняя заработная плата клиента установилась на уровне 102 т.р.
- ▶ Баллы кредитного скоринга в среднем на уровне 650.
- ▶ Средний баланс личных средств, составляет 120 т.р



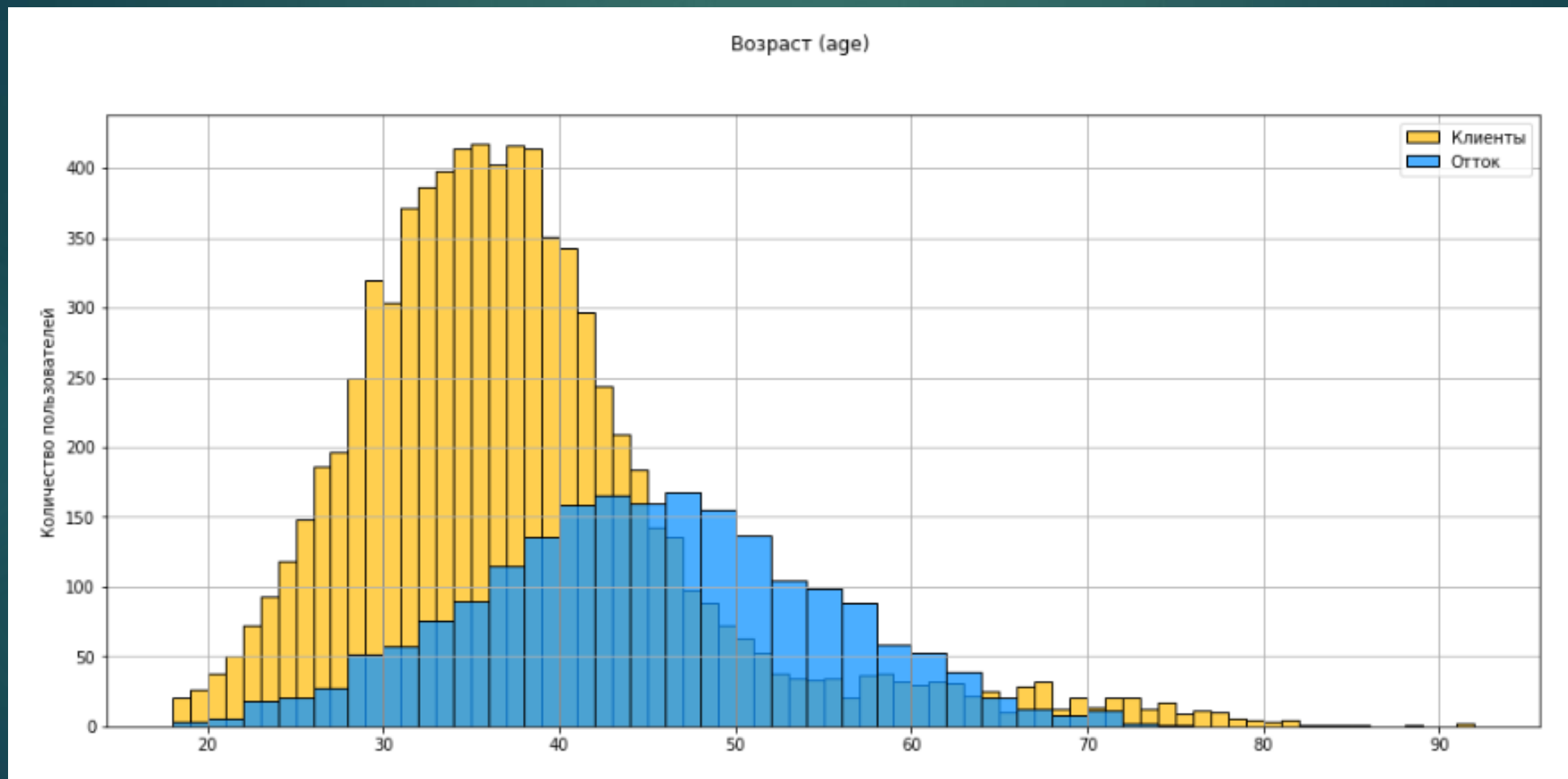
Влияние на отток:



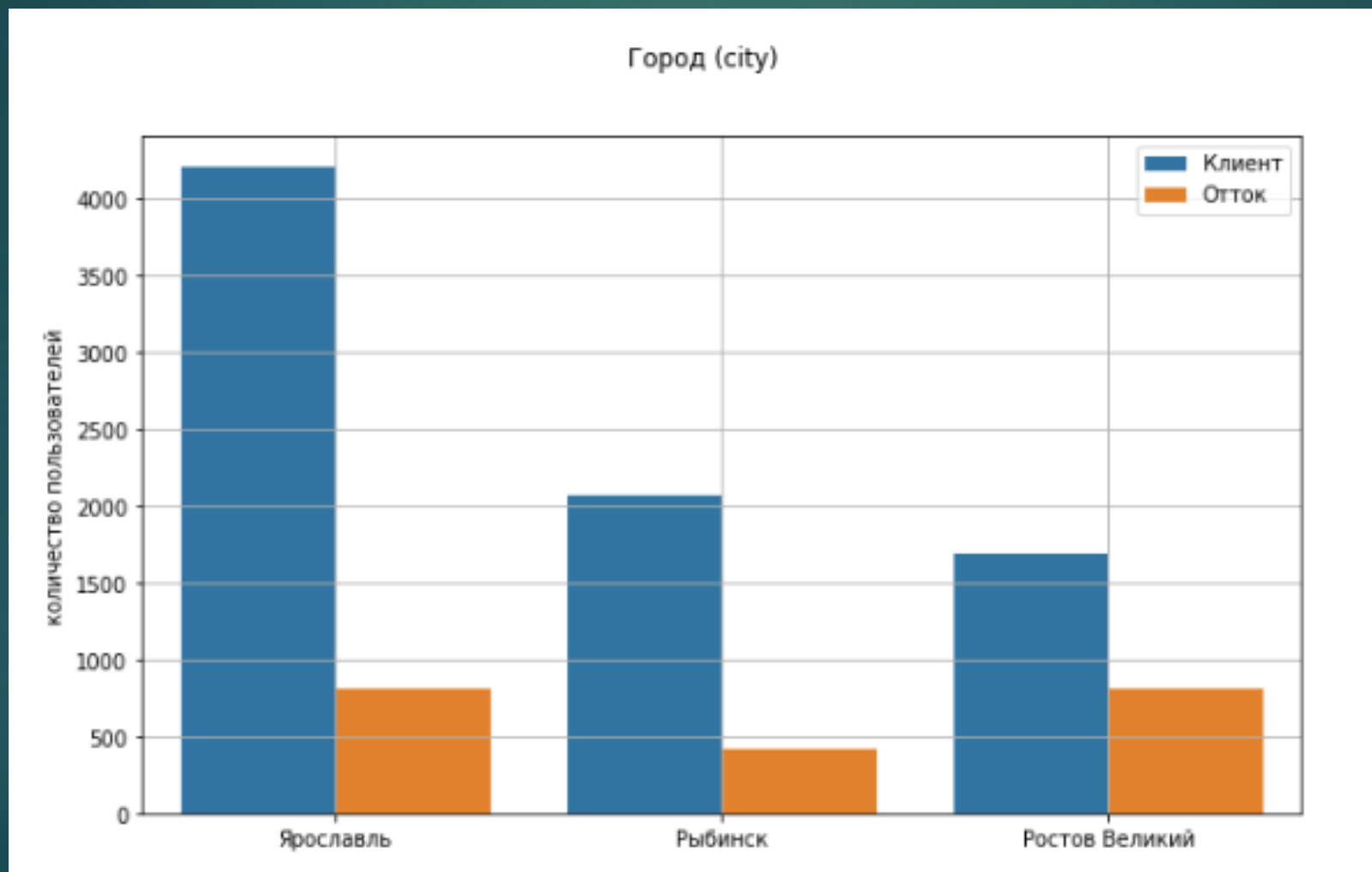
Факторы, наиболее сильно влияющие на отток клиентов:

- ▶ Клиенты в возрасте от 40 до 50 лет наиболее склонны уйти из банка
- ▶ Чаще всего уходят представители женского пола
- ▶ Чаще всего ушедшие клиенты живут в Великом Ростове или Ярославле
- ▶ Клиенты, которые последнее время были не активными, уходят из банка чаще. Больше всего в матрице корреляции выделяется зависимость возраста на отток клиентов, чем старше, тем больше вероятность ухода из банка.

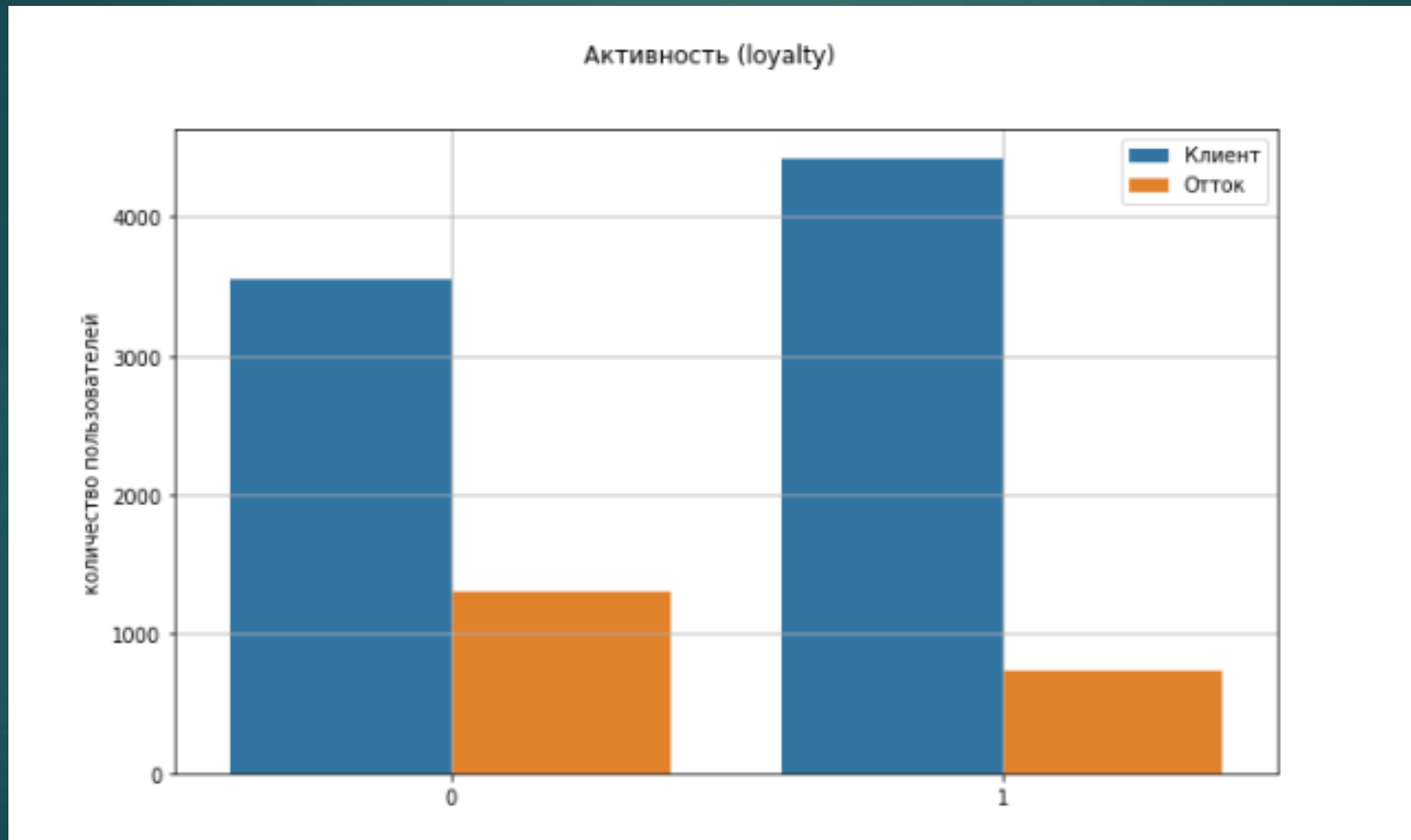
Клиенты в возрасте от 40 до 50 лет наиболее
склонны уйти из банка



Чаще всего ушедшие клиенты живут в Великом Ростове или Ярославле



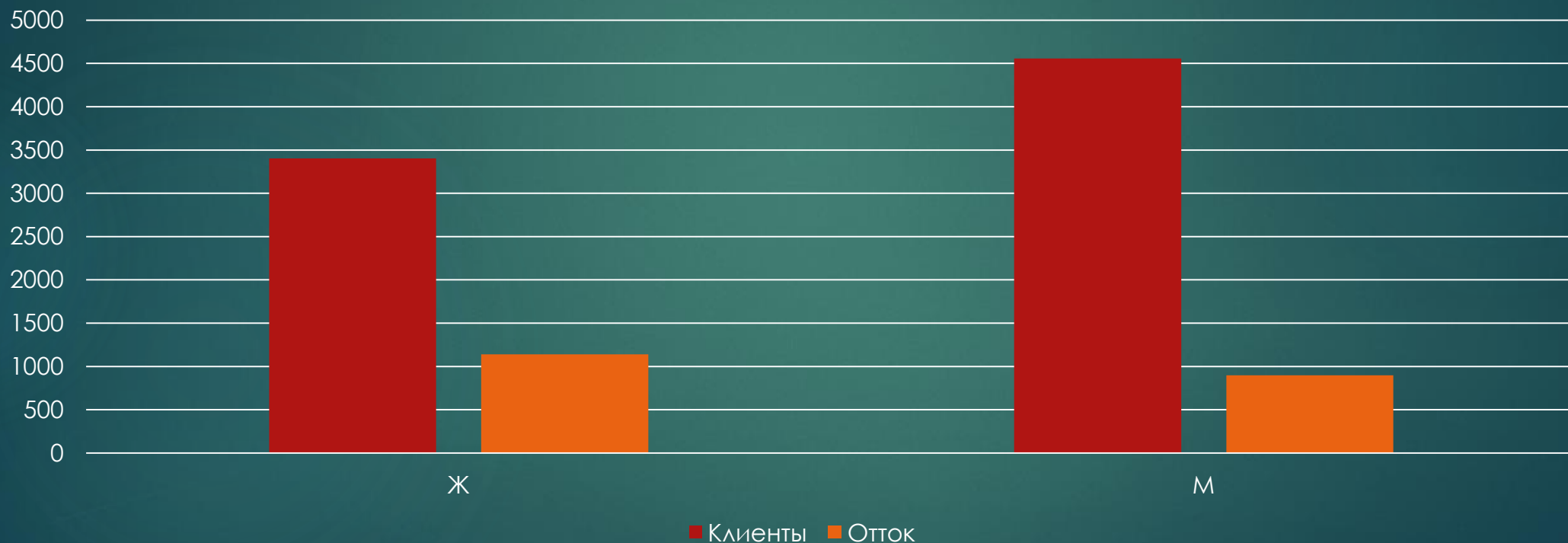
Клиенты, которые последнее время были не активными, уходят из банка чаще



Клиентов мужского пола на 9.14 % больше

25% клиентов женского пола отказываются от
продуктов банка а мужского пола только 16%

диаграмма

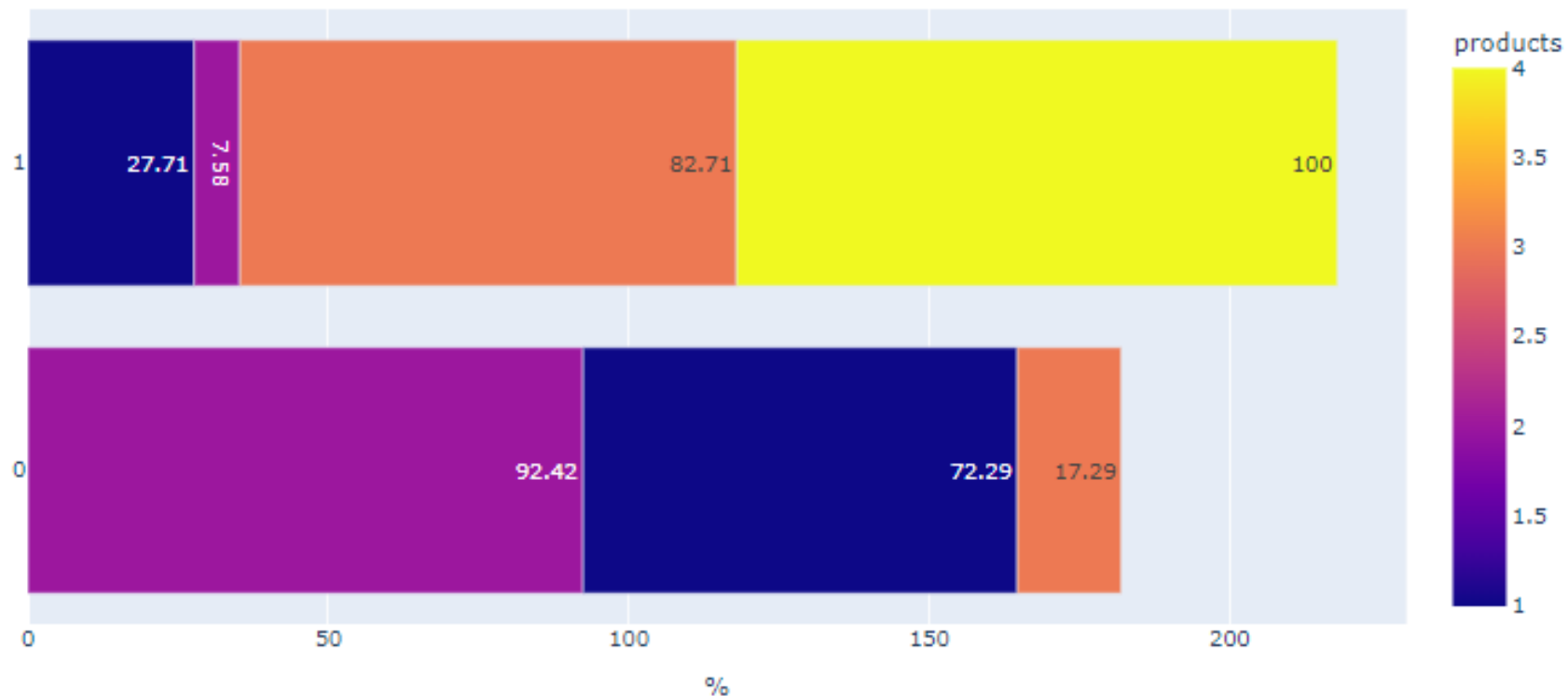


Сегментация клиентов по количеству продуктов.



Подавляющее большинство клиентов используют 1 продукт (50,84%), 2 продукта используют 45,9% оставшиеся 3,26% имеют 3 или 4 продукта.

Распределение продуктов в разрезе по Отток (churn)



По оттоку мы видим, что пользователи с четверью продуктами 100% уходит, а с тремя почти 83%.

Самый лучший показатель (около 8 оттока%) у клиентов с двумя продуктами.

В исследовании мы распределили пользователей на три группы:

▶ 1. Пользователи одного продукта:

- ▶ Возрастной диапазон шире (средний 39 лет)
- ▶ Средняя зарплата ниже, чем у пользователей с другим количеством продуктов.
- ▶ Чаще всего мужского пола
- ▶ Почти половина клиентов г. Ярославля

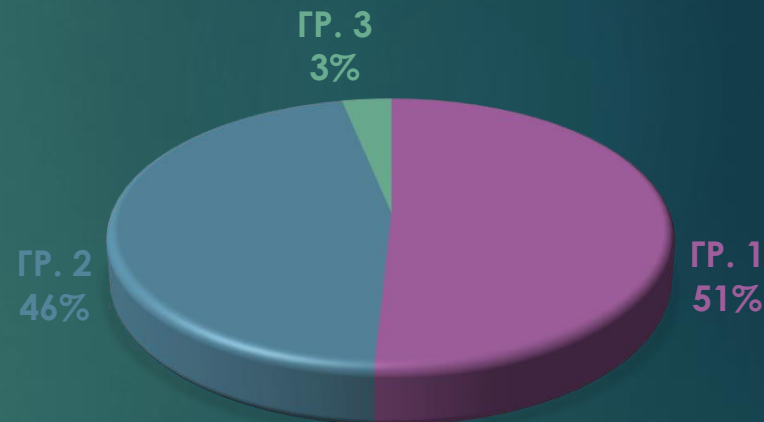
▶ 2. Пользователи двух продуктов:

- ▶ Группа с самой высокой активностью и наименьшим оттоком (8%)
- ▶ Диапазон возврата уже, чем у первой. Средний возраст 37 (самая молодая группа)
- ▶ Клиенты на 55% состоят из мужского пола
- ▶ Почти 52% клиента являются жители г. Ярославля

▶ 3. Пользователи трех и более продуктов:

- ▶ Клиенты более старшего возраста
- ▶ С низкой активностью
- ▶ С высоким уровнем оттока клиентов. Пользователи с тремя продуктами уходят в 83% случаев. Пользователи с четвертью продуктами уходят на 100%.

КЛИЕНТЫ



Проверка гипотез

- ▶ Гипотеза различия дохода между клиентами, которые пользуются одним продуктом и те, кто пользуются двумя продуктами банка.
- ▶ Гипотеза различия в скоринговых баллах текущих и бывших клиентов банка.

В первом случае нулевая гипотеза о равенстве среднего дохода отвергнута не была. Во втором случае мы опровергли нулевую гипотезу о равенстве среднего количества скоринговых баллов: у ушедших клиентов оно ниже.

Рекомендации

- ▶ Для клиентов, имеющих 3 и более продукта, необходимо произвести рефинансирование долга (объединить кредитные продукты) и продолжить более выгодные условия. Эти меры помогут удержать клиентов, т.к. снизят нагрузку на плательщика. В противном случае клиенты будут искать рефинансирование и снижение процентной ставки в другом банке.
- ▶ Для старшего поколения предложить новый продукт с более заманчивым предложением для удержания их.
- ▶ Проанализировать предложения конкурентов, возможно у них появились более выгодные предложения.
- ▶ На основании анализа конкурентов, провести пересмотр своих предложений для увеличения конкурентно способности.
- ▶ Провести опрос клиентов на выявления их потребностей для увеличения эффективности предлагаемых продуктов.
- ▶ Для клиентов пенсионного возраста, необходимо разработать продукт удержания: Так, чтобы они могли получать пенсию на карту банка и продолжить повышенные бонусы за покупки, - это может понизить отток клиентов старшего поколения и привлечь новых.