

Презентация возможностей
дашборда для
телекоммуникационной компании.

Оглавление:

- [Цели и задачи исследования](#)
- [Основная информация](#)
- [Диаграмма общего распределения пользователей по кат-ям лояльности](#)
- [Счётчик показателя NPS](#)
- [Пузырьковая диаграмма](#)
- [График распределения NPS по группам использования траффика](#)
- [Столбчатая диаграмма опросной активности в городах](#)
- [Столбчатая диаграмма распределения опрошенных по возрасту](#)
- [Таблица соответствия типа устройства к ОС](#)
- [Таблица соответствия лайфтайма к использованию траффика](#)
- [Выводы](#)
- [Рекомендации](#)
- [Дополнительная информация](#)

Цели и задачи исследования:

ЦЕЛЬ:

создать дашборд для мониторинга текущего уровня потребительской лояльности(NPS).

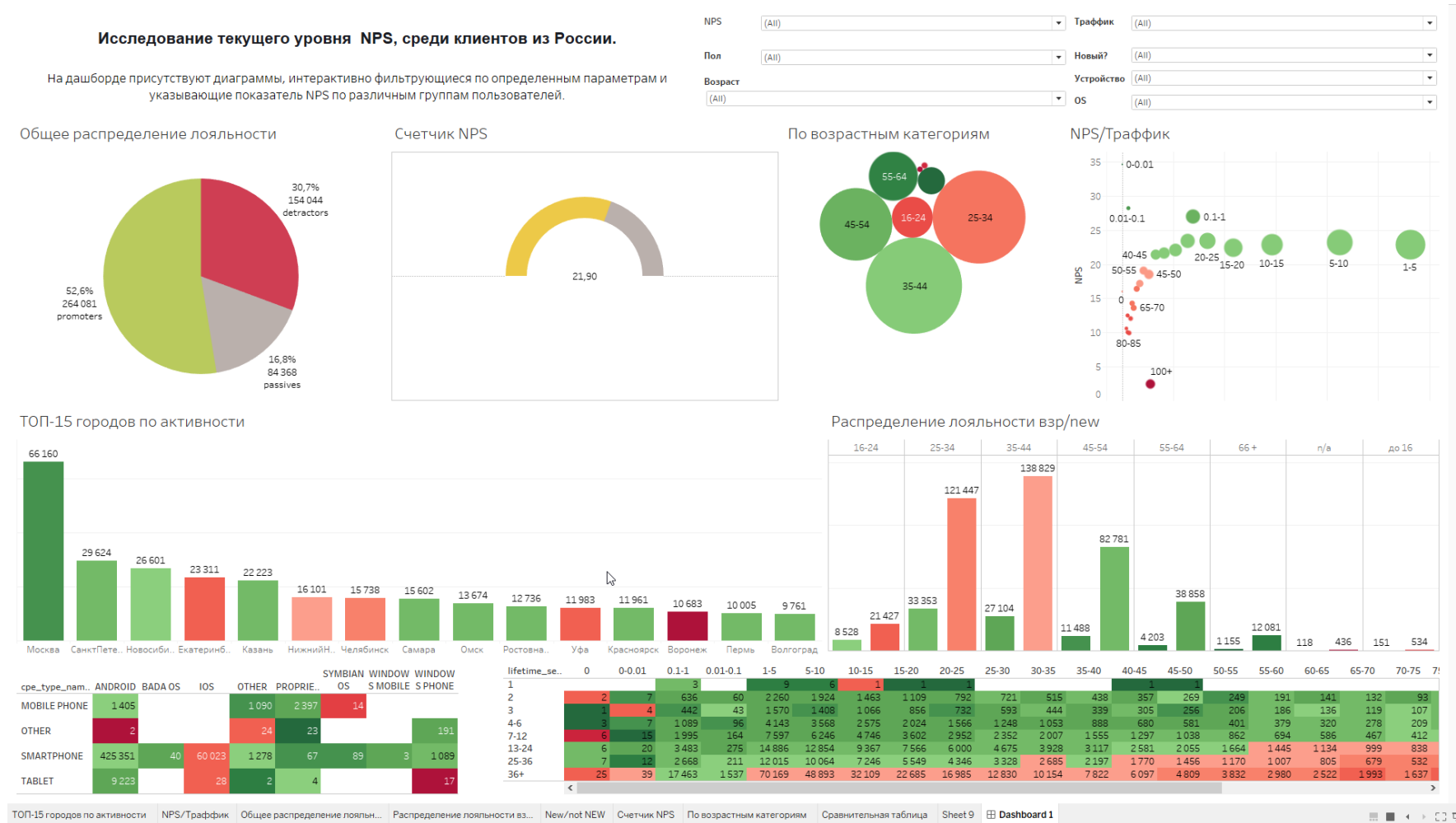
ЗАДАЧА

Ответить на вопросы:

- Как распределены участники опроса по возрасту, полу и возрасту? Каких пользователей больше: новых или старых? Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?
- Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису? Какие менее?
- Какой общий NPS среди всех опрошенных?
- Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников ?

Основная информация:

Данный дашборд работает с данными, полученными из telecomm_csi.db.



Дашборд имеет семь фильтров:

1. Группы NPS (promoters, passives, detractors)
2. Пол
3. По возрастной группе
4. По использованию траффика
5. Новый ли клиент?
6. Фильтр по исп. Устройству
7. Фильтр по исп. ОС

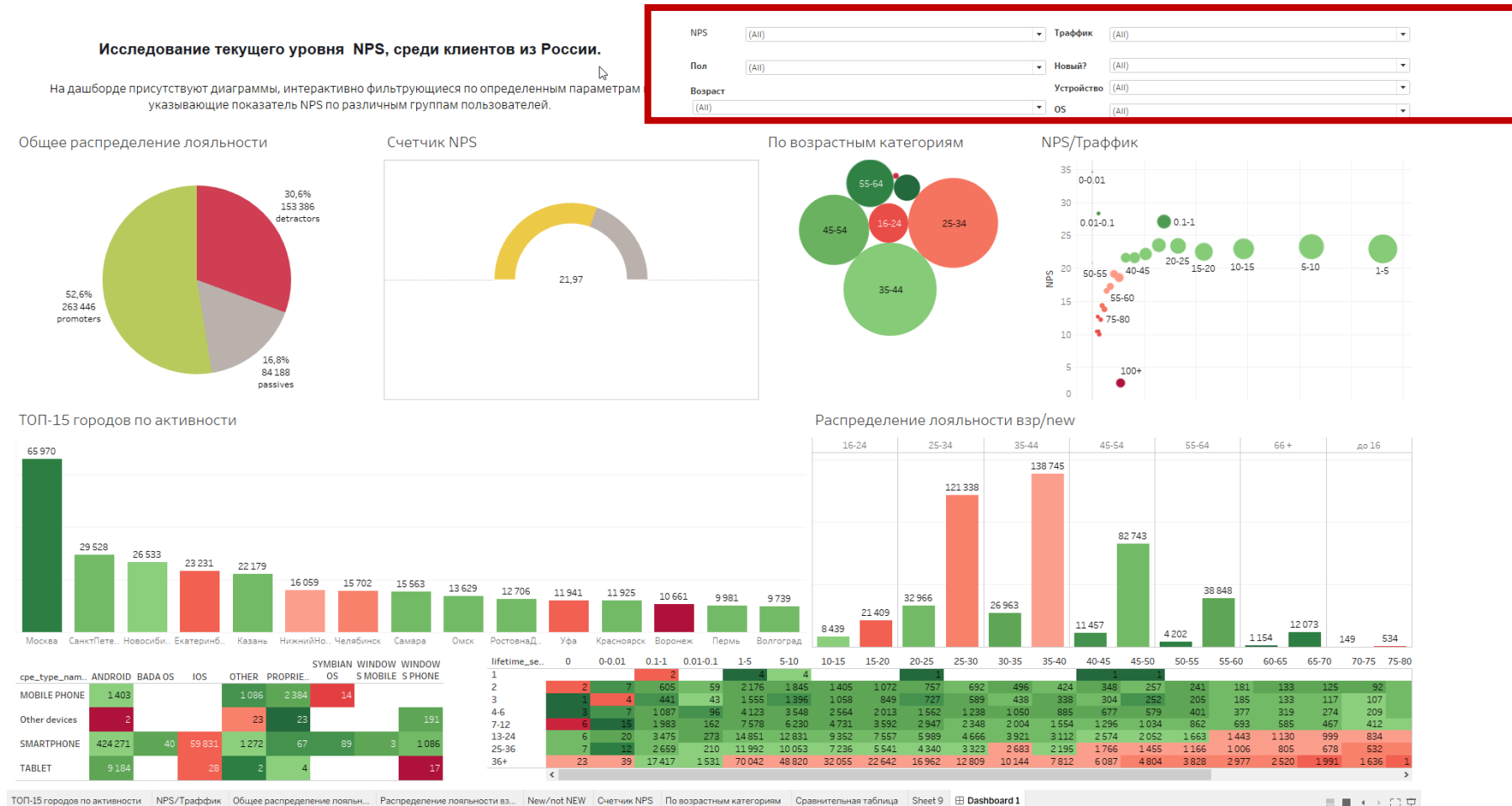
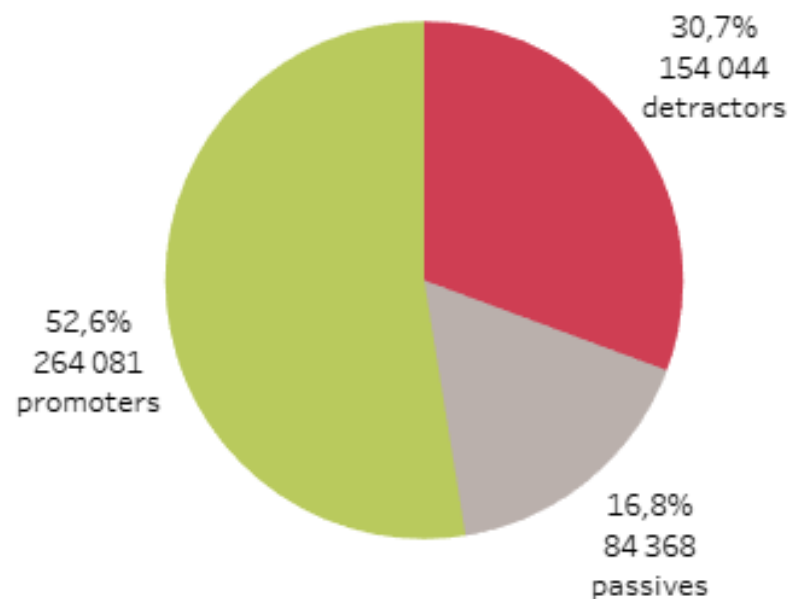


Диаграмма общего распределения пользователей по кат-ям лояльности:

На круговой диаграмме указано как распределились доли и количества опрошенных пользователей по трём кат-ям лояльности.

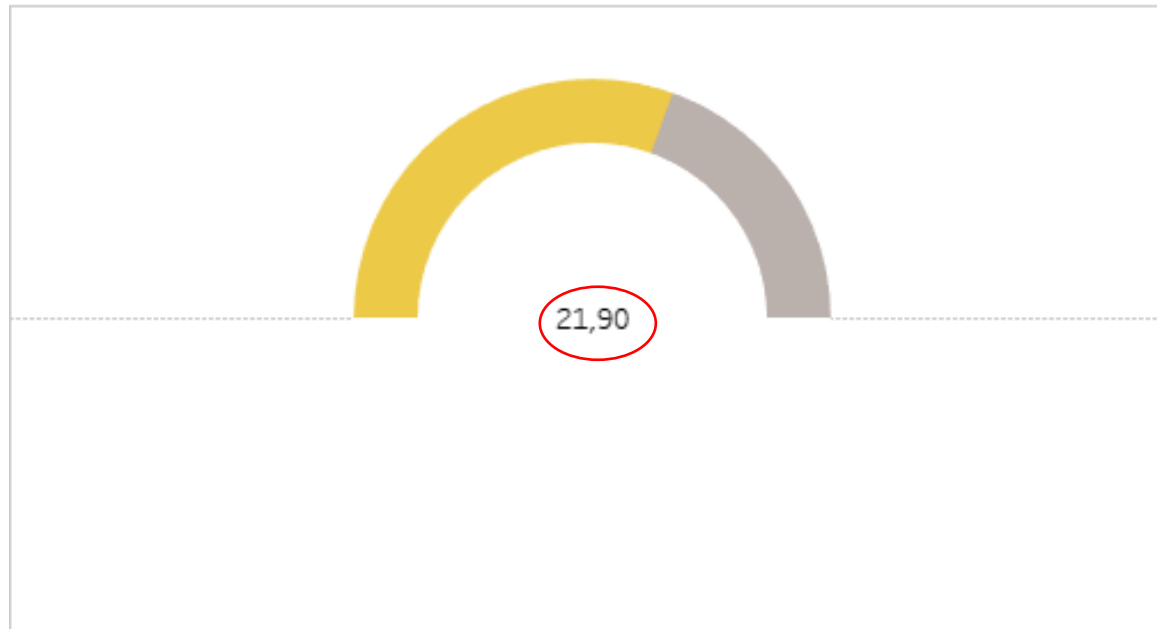
Общее распределение лояльности



Счётчик показателя NPS:

График удобен тем, что показывает показатель NPS в любой, ограниченной фильтрами группе пользователей. Если все фильтры в положении “ALL” показывает общий показатель NPS(21,90).

Счетчик NPS



Пузырьковая диаграмма:

Диаграмма содержит информацию о величине группы(размер пузырька), а так же о значении NPS в этой группе(цвет пузырька). Что любопытно: возраст пользователя и значение NPS находятся в прямой зависимости.

По возрастным категориям

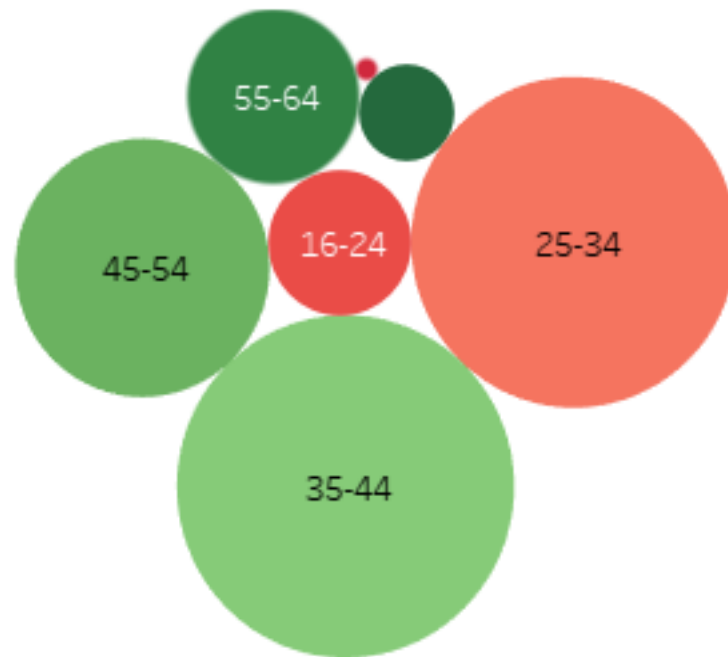
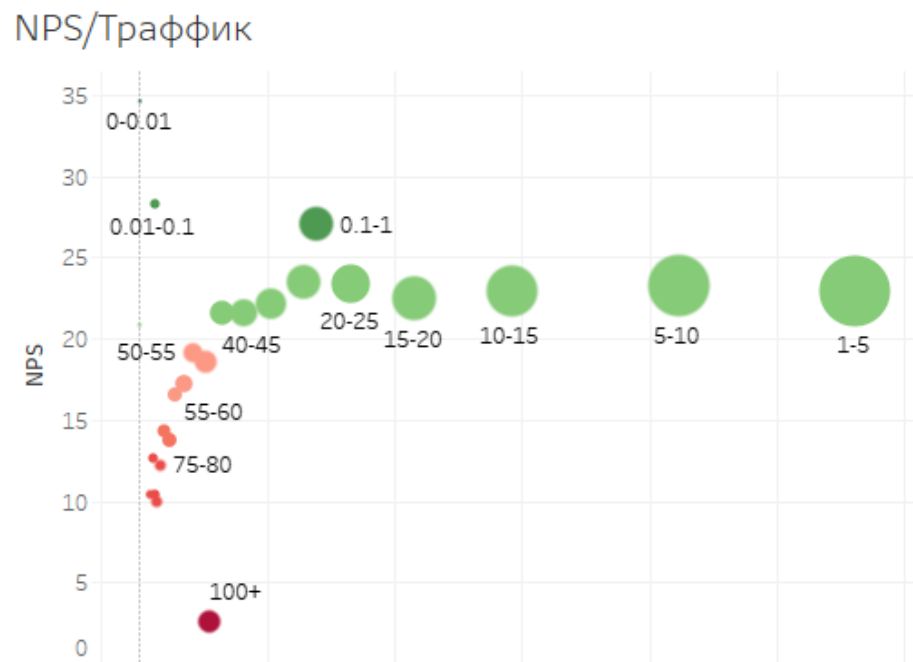


График распределения NPS по группам использования траффика:

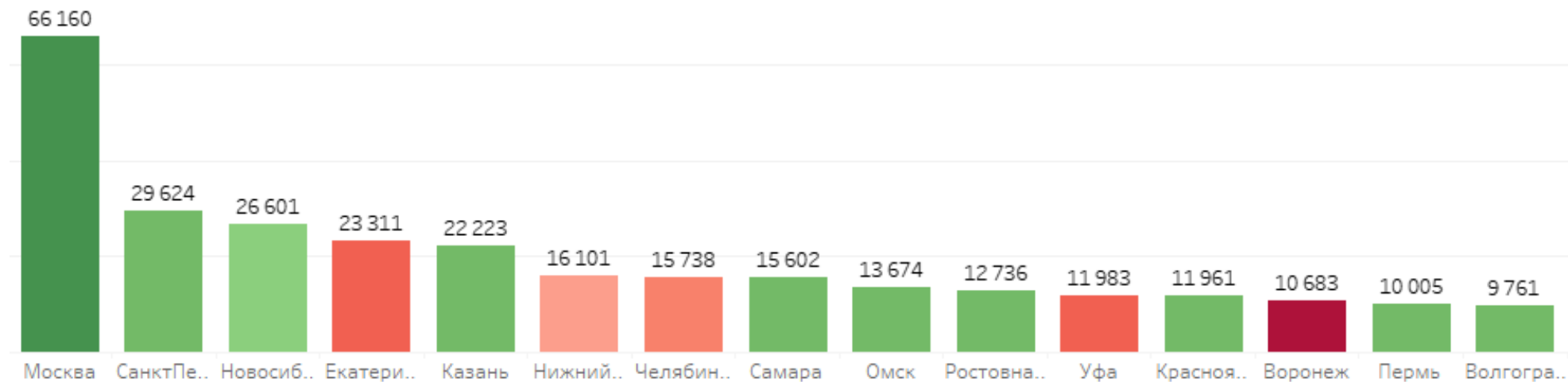
На графике видно какой сегмент по исп. траффика более лоялен(цвет точки/положение по оси Y) и каково кол-во опрошенных в сегменте(размер точки/положение по X). В данном случае кол-во потребляемого траффика и показатель NPS находятся в обратной зависимости.



Столбчатая диаграмма опросной активности в городах(ТОП-15):

Размер столбика и значение показывают кол-во опрошенных, цвет столбика показывает уровень лояльности. Подробнее во всплывающей подсказке.

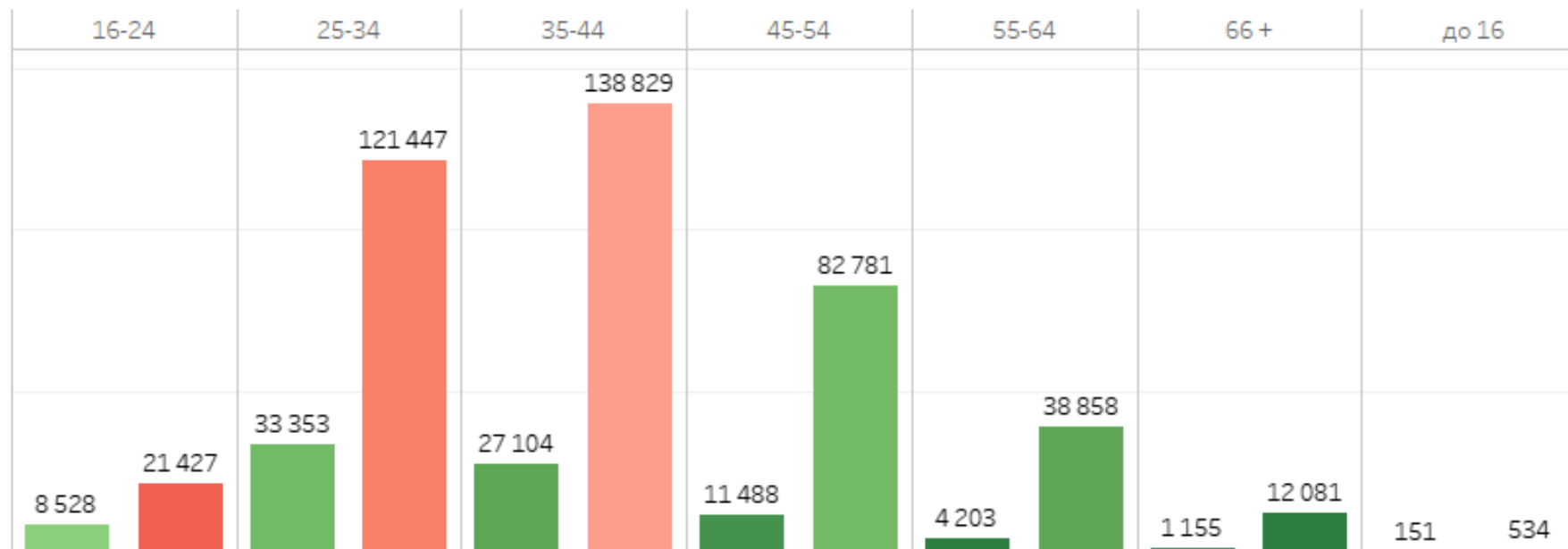
ТОП-15 городов по активности



Столбчатая диаграмма распределения опрошенных по возрасту и новизне пользователя:

Размер столбика и значение показывают кол-во опрошенных, цвет столбика показывает уровень лояльности. Обозначение new/not_new удалили с графика для экономии пространства, можно посмотреть во всплывающей подсказке.

Распределение лояльности взр/new



Исследовав этот график, пришёл к выводу, что новых клиентов меньше, чем «старых», а так же заметил тот факт что новые клиенты намного лояльнее к компании, чем «старые».

Две самых многочисленных группы неновых пользователей 25-34 и 35-44 имеют сниженные показатели NPS 5,7 и 18,8 соответственно.

Распределение лояльности взр/new

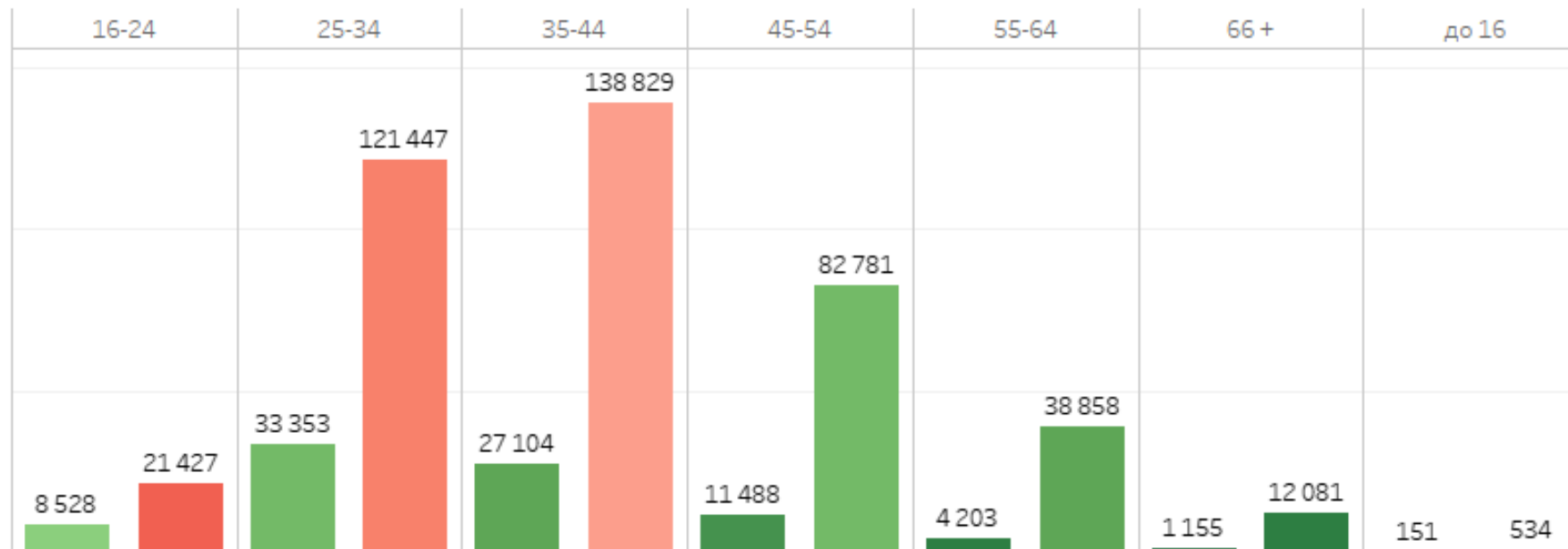


Таблица соответствия типа устройства к ОС:

Для удобства малочисленные ОС и типы устройств сгруппированы в категорию «OTHER». Отметил тревожный факт, что пользователи IOS, использующие смартфоны и планшеты, гораздо менее лояльны, чем пользователи тех же устройств на ANDROID. Так как IOS ориентирован на использование интернет приложений, нужно обратить внимание на стабильность интернета для этой ОС.

cpe_type_name	ANDROID	BADA OS	IOS	OTHER	PROPRIETARY	SYMBIAN OS	WINDOW S MOBILE	WINDOW S PHONE
MOBILE PHONE	1 405			1 090	2 397	14		
OTHER	2			24	23			191
SMARTPHONE	425 351	40	60 023	1 278	67	89	3	1 089
TABLET	9 223		28	2	4			17

Таблица соответствия лайфтайма к использованию траффика:

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод о следующей тенденции: чем больше пользователь потребляет траффика, тем ниже уровень его лояльности. Особенно чётко это видно на примере клиентов, которые с компанией более года. Искать причину сниженного показателя NPS целесообразно в сфере интернет обслуживания.

lifetime_se...	0	10-15	15-20	20-25	25-30	30-35	35-40	40-45	45-50	50-55	55-60	60-65	65-70	70-75	75-80	80-85	85-90	90-95	95-100	100+
1	4			1				1	1											
2	5	1 405	1 072	757	692	496	424	348	257	241	181	133	125	92	90	76	73	49	46	325
3	6	1 058	849	727	589	438	338	304	252	205	185	133	117	107	82	71	58	48	52	291
4-6	8	2 564	2 013	1 562	1 238	1 050	885	677	579	401	377	319	274	209	194	157	113	137	101	629
7-12	0	4 731	3 592	2 947	2 348	2 004	1 554	1 296	1 034	862	693	585	467	412	315	294	260	211	183	1 141
13-24	1	9 352	7 557	5 989	4 666	3 921	3 112	2 574	2 052	1 663	1 443	1 130	999	834	703	612	493	469	342	2 509
25-36	3	7 236	5 541	4 340	3 323	2 683	2 195	1 766	1 455	1 166	1 006	805	678	532	505	426	331	321	258	1 632
36+	0	32 055	22 642	16 962	12 809	10 144	7 812	6 087	4 804	3 828	2 977	2 520	1 991	1 636	1 404	1 168	989	866	730	4 537

Выводы:

Удалось создать дашборд.

Благодаря дашборду были выполнены задачи, а именно получены ответы на вопросы и составлены рекомендации.

Проанализировав данные с помощью дашборда пришел к выводам:

- Новых пользователей меньше, чем старых.
- Общий NPS 21,90 (см. слайд 7)
- Активнее всего опрос прошёл в городах Москва, Санкт-Петербург (подробнее слайд №10)
- Люди в возрасте от 35 лет и старше лояльнее и чем выше возраст тем показатель NPS выше.
- Среди сегментов потребляющих трафик видна тенденция снижения показателя NPS при росте потребления трафика.
- Сегмент IOS пользователей имеет низкий показатель NPS, значительно ниже, чем подобный сегмент использующий ANDROID.
- В сегментах с лайфтаймом более года наблюдаю тенденцию снижения показателя NPS.
- Из распределения возраст/пол (не вошло в дашборд, посчитал не критически важными выводы с этого графика) выявил, что женщин было опрошено больше, чем мужчин и показатель NPS у женщин выше.
- С большей долей вероятности к сегменту promoters будут относиться пользователи находящиеся с компанией менее года(new), использующие не более 50 у.е. трафика, женского пола, использующие ANDROID SMARTPHONE, в возрасте от 35 лет и старше.

Рекомендации:

В ходе исследования пришел к выводу, что повысить показатель NPS можно улучшив скорость/качество/стабильность интернет соединения, с повышенным вниманием к IOS пользователям. Так же снижение цены на пакеты трафика от 50 у.е. вызовет положительный эффект.

- Об этом говорят такие факты как: более молодые пользователи, как правило всегда и соц. сетей и мессенджеров имеют NPS намного ниже, чем представители старшего поколения, которые, как правило, меньше пользуются интернетом.
- Сегменты пользователей, использующие большие пакеты трафика так же имеют NPS значительно ниже сегментов не использующих интернет или использующих пакеты до 50 у.е.
- Пользователи IOS смартфонов и планшетов, используемые чаще всего для работы с использованием интернет приложений, имеют тревожно низкий уровень NPS

Дополнительная информация:

- ИСТОЧНИК ДАННЫХ: telecomm_csi.db – База данных с результатами опроса.

ПРИЯТНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ!