

Исследование уровня потребительской лояльности

Суслов Я.В.
16 сентября 2022

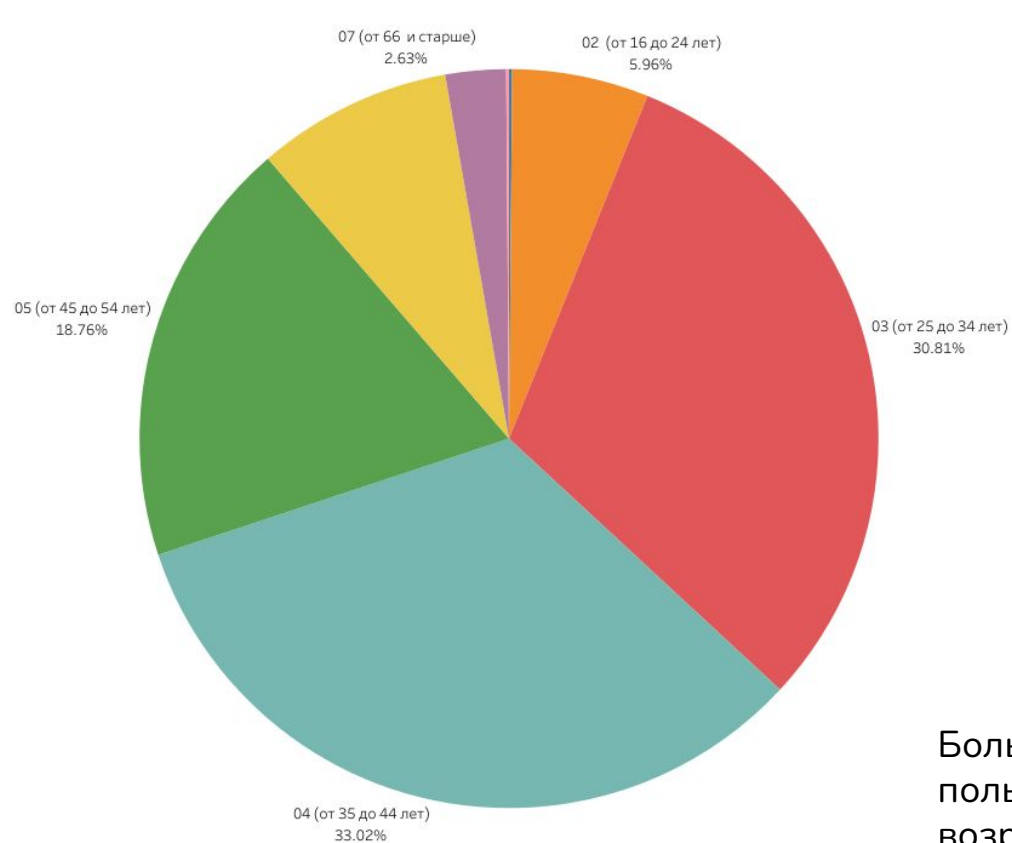
Введение

На основании исходных данных Заказчика проанализированы более 502 000 ответов респондентов.

Определено и представлено на графиках:

- Распределение участников опроса по возрасту, полу и возрасту
- Доля новых пользователей
- Распределение участников опроса по городам
- Выделены группы пользователей наиболее и наименее лояльных к сервису
- Определен общий NPS среди всех опрошенных

Участники опроса по возрастным сегментам



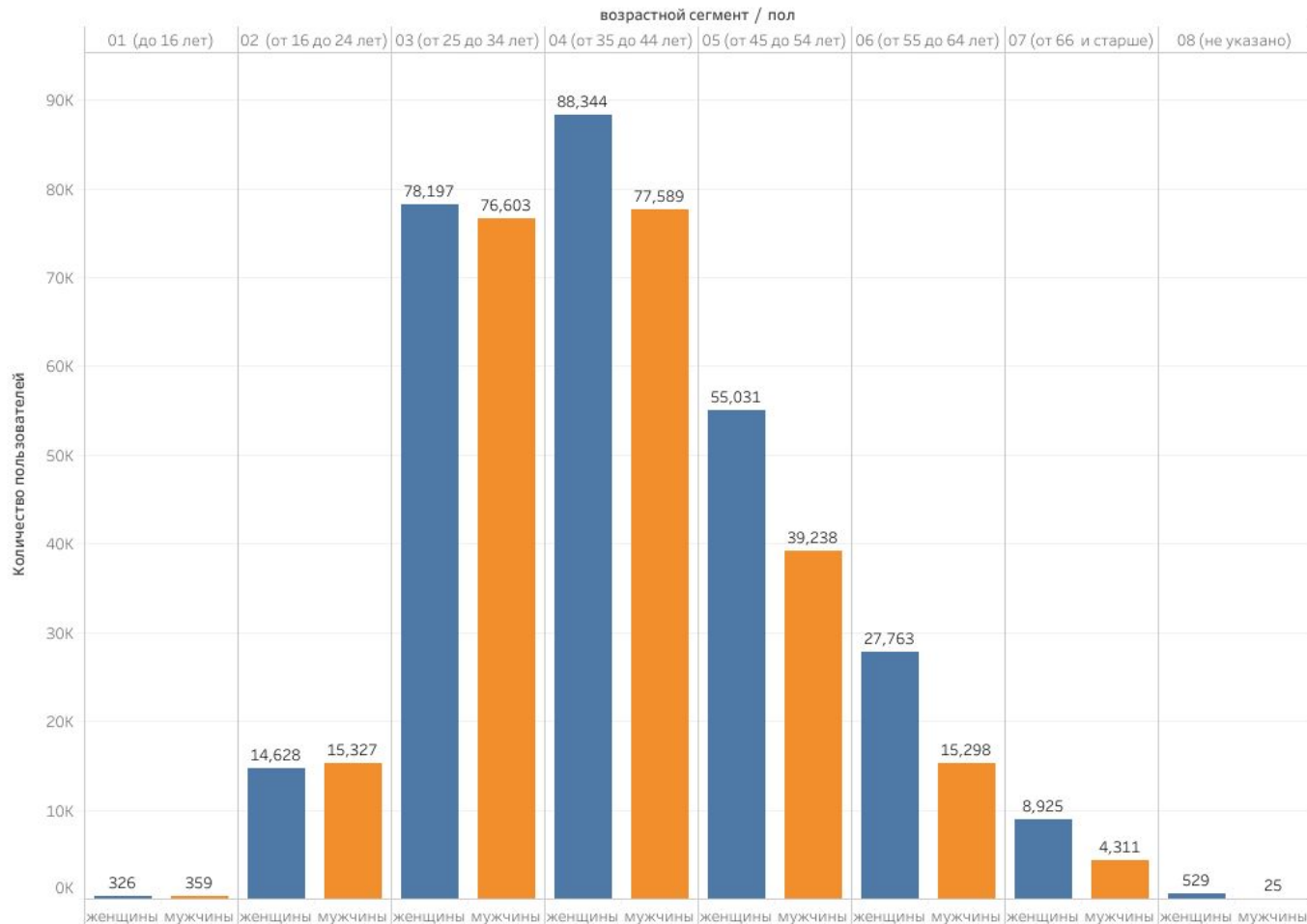
Всего участников опроса
502,493

возрастной сегмент

- 01 (до 16 лет)
- 02 (от 16 до 24 лет)
- 03 (от 25 до 34 лет)
- 04 (от 35 до 44 лет)
- 05 (от 45 до 54 лет)
- 06 (от 55 до 64 лет)
- 07 (от 66 и старше)
- 08 (не указано)

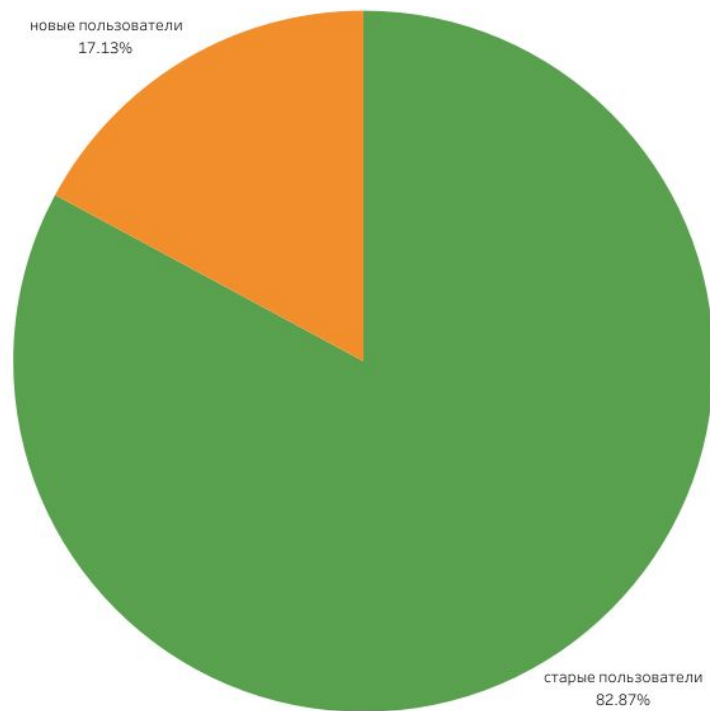
Больше половины
пользователей - в
возрасте от 25 до 44 лет

Участники опроса по полу и возрасту



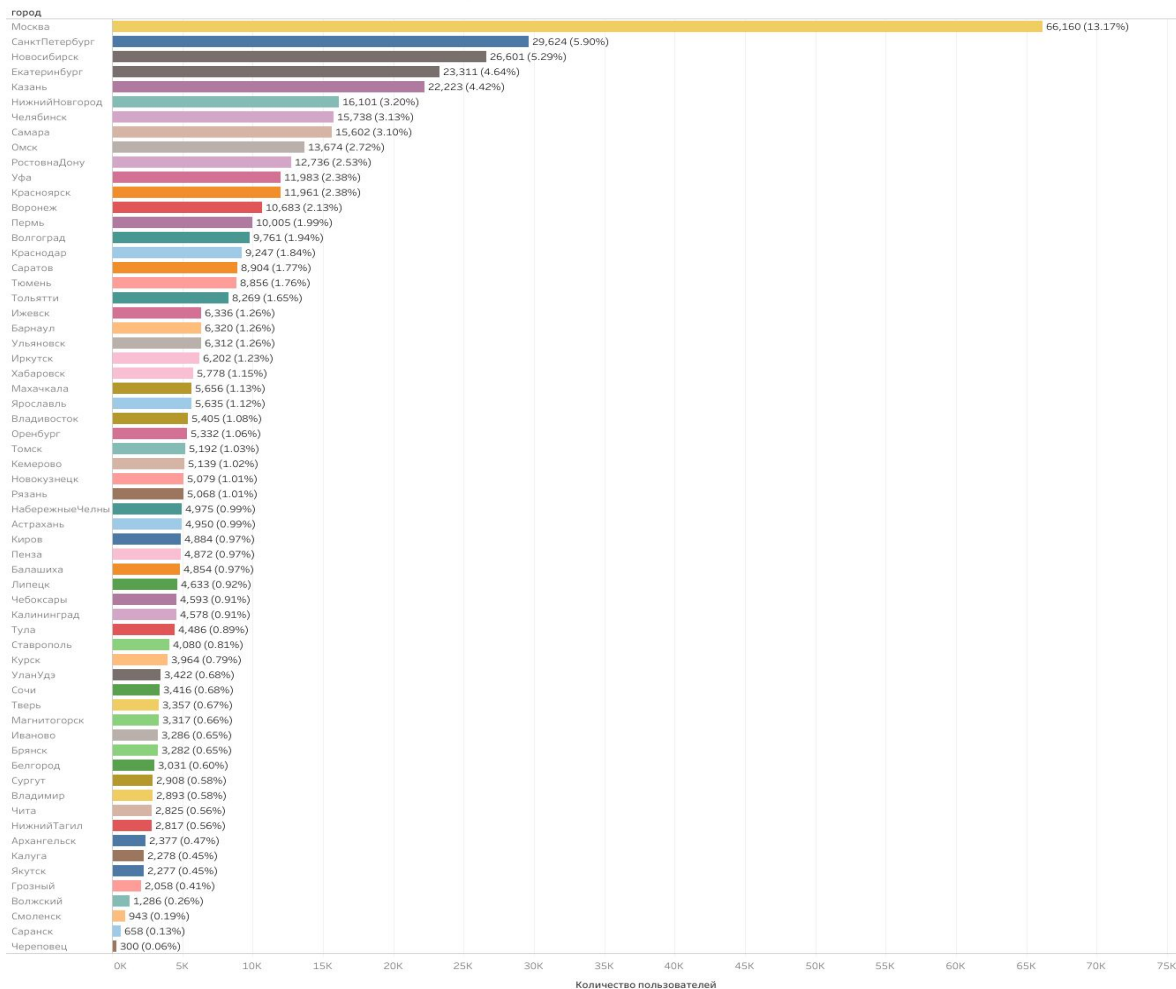
За редким
исключением, в
каждом возрастном
сегменте женщин
больше

Соотношение старых и новых пользователей



Пользователи,
зарегистрированные более
года назад составляют
абсолютное большинство

участники опроса по городам



С большим отрывом лидируют города “миллионники”. Чем больше населения - тем больше участников опроса .

распределение итогового NPS по сегментам продолжительности пользования (с учетом возрастных групп)

пол	возрастной сегмент	сегмент продолжительности пользования							
		01 (1 месяц)	02 (2 месяца)	03 (3 месяца)	04 (4-6 месяцев)	05 (7-12 месяцев)	06 (13-24 месяцев)	07 (25-36 месяцев)	08 (более 36 месяцев)
женщины	01 (до 16 лет)		36.36%	10.00%	22.22%	20.00%	1.79%	7.69%	-10.64%
	02 (от 16 до 24 лет)		22.47%	23.72%	26.93%	16.66%	8.83%	1.98%	-6.61%
	03 (от 25 до 34 лет)	100.00%	32.34%	35.62%	32.15%	29.06%	21.43%	14.50%	2.78%
	04 (от 35 до 44 лет)	33.33%	45.16%	43.08%	44.90%	39.16%	33.20%	27.78%	17.49%
	05 (от 45 до 54 лет)	100.00%	52.08%	58.63%	54.65%	48.44%	43.79%	36.03%	29.98%
	06 (от 55 до 64 лет)		64.48%	55.51%	58.53%	58.34%	51.88%	47.55%	41.74%
	07 (от 66 и старше)		54.00%	53.19%	53.71%	64.09%	56.57%	55.91%	53.60%
	08 (не указано)	55.56%	-53.85%	-52.94%	-47.62%	-56.76%	-43.55%	-59.26%	-56.96%
мужчины	01 (до 16 лет)		0.00%	35.71%	5.88%	0.00%	4.11%	-9.23%	-28.68%
	02 (от 16 до 24 лет)		18.24%	21.12%	20.58%	18.66%	5.94%	-3.05%	-10.43%
	03 (от 25 до 34 лет)	0.00%	28.59%	29.15%	27.46%	23.73%	15.38%	8.76%	-4.20%
	04 (от 35 до 44 лет)	33.33%	37.16%	40.00%	37.57%	36.86%	30.88%	21.79%	10.09%
	05 (от 45 до 54 лет)	100.00%	53.69%	49.36%	41.78%	44.86%	37.60%	31.15%	22.33%
	06 (от 55 до 64 лет)	100.00%	39.35%	54.01%	57.25%	46.95%	42.72%	39.24%	33.49%
	07 (от 66 и старше)		67.39%	69.70%	57.39%	54.44%	47.35%	38.72%	43.73%
	08 (не указано)	0.00%	-100.00%		-50.00%	-100.00%	-33.33%	-100.00%	-53.85%

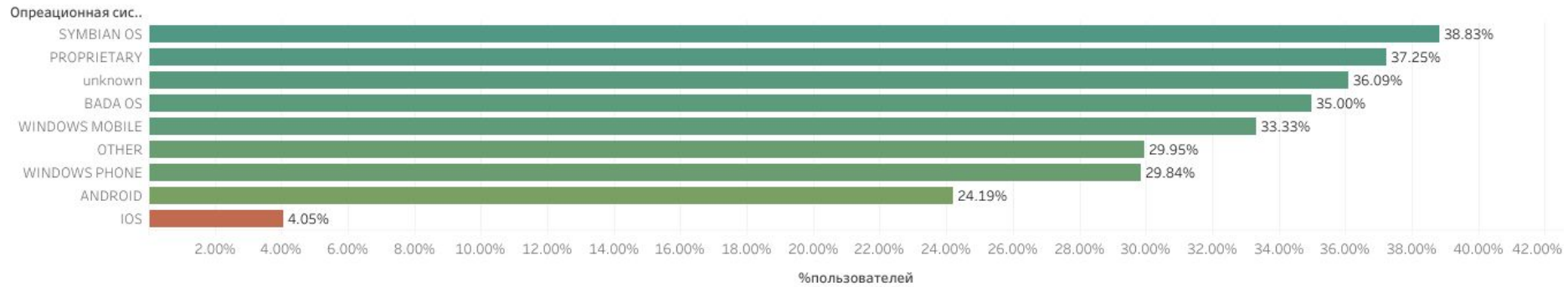
Чем дольше клиент пользуется услугами - тем ниже лояльность. Необходима мотивация.

распределение итогового NPS по сегментам трафика (с учетом возрастных групп)

		сегмент трафика																									
пол	возрастной сегмент	010	01 0-0.01	02 0.01-0.1	03 0.1-1	04 1-5	05 5-10	06 10-15	07 15-20	08 20-25	09 25-30	10 30-35	11 35-40	12 40-45	13 45-50	14 50-55	15 55-60	16 60-65	17 65-70	18 70-75	19 75-80	20 80-85	21 85-90	22 90-95	23		
женщины	01 (до 16 лет)				100.0%	33.3%	26.3%	6.7%	8.0%	-4.3%	23.5%	38.9%	-23.5%	0.0%	-36.8%	-13.3%	-40.0%	21.4%	-25.0%	40.0%	33.3%	-10.0%	-25.0%	38.5%	0.0%	-29.7%	
	02 (от 16 до 24 лет)		100.0%	53.3%	18.3%	8.5%	12.9%	10.1%	8.5%	7.7%	7.7%	4.4%	4.8%	8.3%	13.3%	4.4%	2.3%	0.0%	8.1%	-3.8%	6.5%	-3.0%	0.0%	-7.9%	2.2%	-6.9%	
	03 (от 25 до 34 лет)	0.0%	43.8%	14.0%	18.9%	12.4%	13.7%	13.9%	11.8%	16.3%	15.2%	16.2%	14.8%	13.4%	11.9%	14.3%	11.3%	10.7%	10.3%	6.9%	7.1%	6.7%	9.3%	12.7%	11.7%	6.2%	
	04 (от 35 до 44 лет)	-20.0%	10.5%	30.5%	25.3%	21.3%	23.8%	23.7%	25.0%	28.1%	29.2%	28.4%	32.2%	29.5%	27.7%	29.1%	31.8%	31.2%	24.0%	31.0%	22.7%	29.5%	19.2%	26.7%	28.0%	16.4%	
	05 (от 45 до 54 лет)	50.0%	33.3%	42.2%	31.1%	30.1%	33.6%	38.6%	38.5%	39.3%	43.8%	43.1%	44.6%	48.7%	43.9%	40.1%	47.1%	39.0%	25.8%	23.0%	46.4%	50.0%	42.4%	33.9%	33.3%	26.1%	
	06 (от 55 до 64 лет)		-33.3%	48.5%	41.7%	40.6%	44.6%	46.1%	52.9%	50.7%	53.2%	52.9%	56.0%	65.7%	57.7%	54.3%	66.9%	57.1%	44.4%	59.6%	61.5%	63.9%	50.0%	19.0%	73.7%	34.2%	
	07 (от 66 и старше)	100.0%	-33.3%	53.3%	55.3%	51.5%	57.1%	55.0%	51.3%	60.3%	55.0%	69.6%	60.2%	71.2%	76.6%	81.1%	60.0%	76.2%	100.0%	90.9%	60.0%	66.7%	80.0%	100.0%	100.0%	0.0%	
	08 (не указано)	-100.0%		-100.0%	-68.2%	-38.5%	-42.0%	-50.8%	-55.2%	-60.0%	-71.4%	-80.0%	-61.5%	-87.5%	-66.7%	-83.3%	-42.9%	-66.7%	-100.0%	-60.0%	-44.4%	0.0%	-100.0%	-100.0%	0.0%	-50.0%	
мужчины	01 (до 16 лет)					-36.4%	-3.8%	-15.0%	-3.8%	-50.0%	8.3%	-14.3%	-13.6%	20.0%	-4.3%	8.3%	-21.4%	6.3%	6.3%	10.0%	10.0%	-16.7%	-28.6%	0.0%	-100.0%	-24.4%	
	02 (от 16 до 24 лет)	100.0%	100.0%	30.0%	6.7%	14.8%	8.0%	8.3%	7.1%	10.0%	3.6%	2.3%	0.9%	6.1%	1.2%	7.1%	3.4%	7.2%	-3.7%	-1.6%	-3.9%	-8.4%	-8.7%	3.4%	-6.6%	-11.0%	
	03 (от 25 до 34 лет)	-25.0%	47.4%	3.4%	11.4%	9.2%	10.5%	8.6%	7.3%	8.4%	9.7%	7.9%	7.7%	8.6%	6.7%	8.4%	4.7%	5.3%	7.4%	9.0%	4.4%	-2.1%	6.0%	6.3%	5.3%	-5.3%	
	04 (от 35 до 44 лет)	20.0%	61.1%	13.3%	17.5%	14.8%	17.6%	19.2%	19.8%	23.6%	24.4%	26.4%	24.4%	25.9%	22.7%	26.5%	26.7%	23.8%	22.8%	28.0%	18.2%	22.8%	23.8%	26.8%	14.6%	11.0%	
	05 (от 45 до 54 лет)	100.0%	0.0%	20.1%	24.2%	22.7%	26.0%	29.9%	37.0%	33.7%	39.0%	36.9%	42.6%	40.7%	38.3%	39.0%	41.8%	42.8%	35.8%	41.4%	42.7%	32.6%	26.7%	23.7%	16.9%	28.7%	
	06 (от 55 до 64 лет)	100.0%	100.0%	43.8%	33.6%	32.6%	36.9%	38.7%	40.2%	38.8%	48.4%	53.3%	54.2%	50.7%	43.0%	52.0%	49.3%	58.2%	36.1%	69.0%	27.6%	26.9%	54.5%	42.9%	22.2%	30.2%	
	07 (от 66 и старше)	50.0%		52.4%	42.1%	43.1%	45.4%	47.0%	49.3%	46.6%	55.5%	53.9%	57.8%	41.3%	40.0%	37.5%	77.8%	28.6%	37.5%	100.0%	66.7%	50.0%	100.0%	33.3%		14.3%	
	08 (не указано)				-33.3%	-60.0%	-100.0%	-40.0%	-100.0%		-100.0%	-50.0%		-100.0%									-100.0%			100.0%	

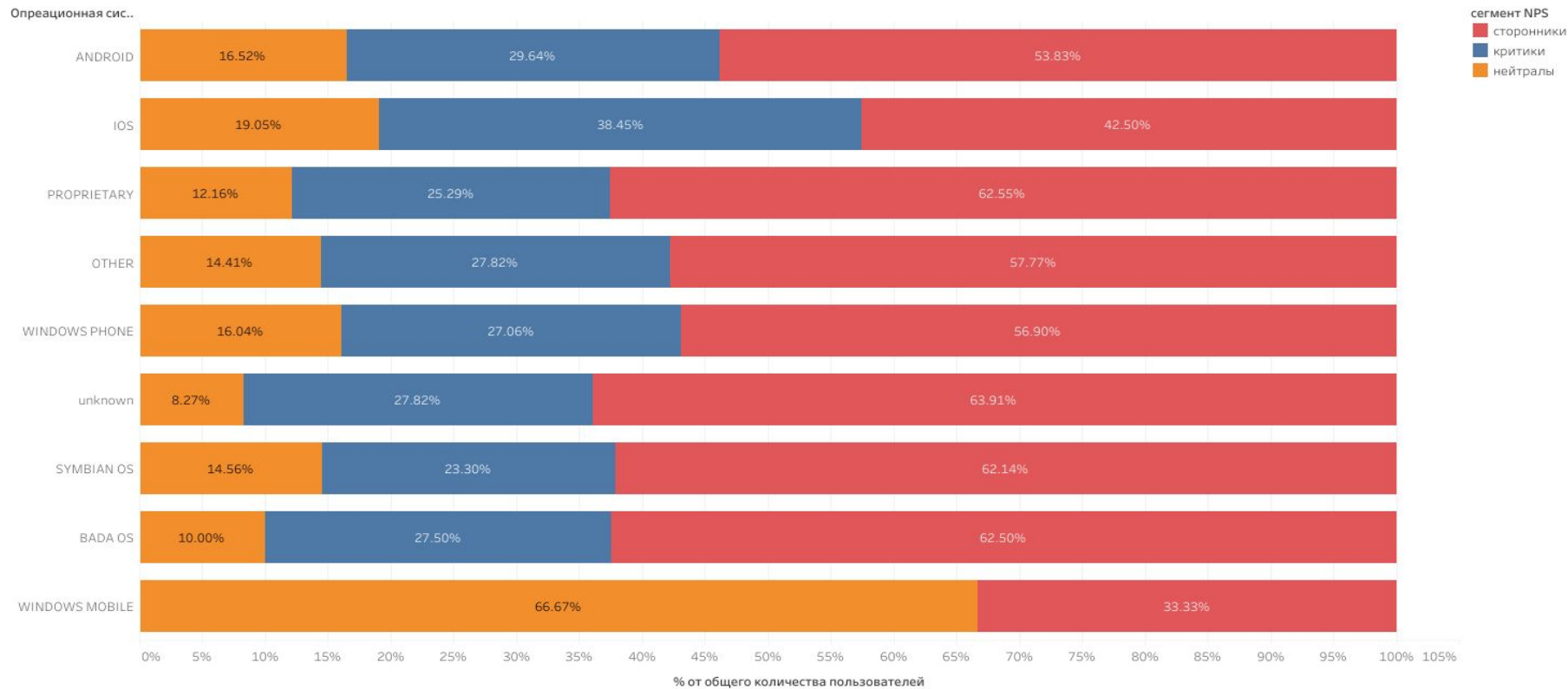
Тоже самое и в тарификации. Может нужно подумать над новой тарифной сеткой ?

Распределение итогового NPS по операционным системам



Основные пользователи - на ОС "Андроид" и на "IOS". Лояльность последних под угрозой. Необходимо привлечь команду разработчиков

изменение NPS по операционным системам



Количество критиков среди пользователей IOS сильно снижает общий показатель



Сторонников больше половины
Но и критиков не мало
Традиционно NPS выше 30%
можно считать хорошим,
более 50% — отличным,
а более 75% — великолепным.

Есть над чем поработать всей
команде

женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Новосибирск SMARTPHONE 441	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Казань SMARTPHONE 364	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 СанктПетербург SMARTPHONE	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Новосибирск SMARTPHONE 336	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Москва	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Казань	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 06 (13-24 месяцев) 04 1-5 Москва	женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Новосибирск SMARTPHONE 364	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Москва SMARTPHONE	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	
женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Екатеринбург	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Челябинск	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев)	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Челябинск	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Москва	женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	
женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Москва	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев)	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев)	женщины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Москва	женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Москва SMARTPHONE	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10	
женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Новосибирск	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 СанктПетербург			женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Новосибирск SMARTPHONE	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Казань		женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 06 (13-24 месяцев) 04 1-5 Москва	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 06 (13-24 месяцев)	мужчины 04 (от 35 до 44 лет) 07 (25-36 месяцев)
женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5			женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев)			женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5 Москва SMARTPHONE 436		мужчины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 05 5-10 Москва
женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев)	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев)	женщины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев)			женщины 06 (от 55 до 64 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5	мужчины 05 (от 45 до 54 лет) 08 (более 36 месяцев) 04 1-5		

Наши наиболее лояльные пользователи собраны по группам

Вывод:

- Больше половины пользователей - в возрасте от 25 до 44 лет (примерно по 30% на каждые 10 лет)
- На сегмент от 45 до 54 лет приходится ещё 18%
- Чуть менее 20% приходится на все остальные возрастные сегменты
- За редким исключением, в каждом возрастном сегменте женщин больше
- Пользователи, зарегистрированные более года назад составляют абсолютное большинство (больше 80%)
- Население Москвы проявили наибольшую активность в опросе, но требуется дополнительный анализ в разрезе относительного количества (доле населения)
- Предварительный анализ лояльности без учета Москвы (и/или Санкт-Петербурга) не выделил резких колебаний в итоговом NPS
- Общий NPS ниже 22% не является хорошим показателем

Вывод:

Наиболее лояльные пользователи это:

- чаще женщины,
- проживающие в крупных городах,
- среднего возраста,
- использующие наши приложения для смартфонов,
- потребляющие средний объем трафика,
- давно пользуются нашими приложениями.

Особенно нужно отметить влияние на общую лояльность качество приложений:

- Абсолютное большинство пользователей используют Android, и они в целом довольны (сторонников 53,8%)
- На втором месте по количеству пользователи IOS(11 %) , и они слишком часто критикуют наше приложение (критиков 42,5%)

Рекомендации:

- Проработать вопрос привлечения новых клиентов среди всех категорий
- Усилить направление маркетинга по работе с молодым населением
- Разработать новую тарифную сетку для повышения уровня лояльности клиентов с большим объемом трафика
- Повысить качество работы над приложениями для IOS

<https://clck.ru/323wWT>

По этой ссылке доступен дашборд - автоматически обновляемые интерактивные графики из презентации с гибким функционалом и фильтрами

Спасибо за внимание

Для связи с автором
презентации :
SS@gmail.com
8-499-123-45-67

