

Обрисовка портрета отточных компаний в сервисе Gectaro

Данные представлены руководителем отдела по работе с клиентами сервиса Gectaro.

Проблема

Уход из сервиса большого количества подписчиков-компаний и непродление подписки.

Цель исследования

Разобраться в причинах оттока клиентов и предложить решения по их минимизации.

Общие выводы по исследованию

Мы обрисовали компанию, которая имеет тенденцию к оттоку:

1. У неё не много контрагентов и заказов материалов, а скорее недостаток того и другого.
2. Нет баланса в её деятельности внутри сервиса, не может поймать волну, лейтмотив: то ли из-за того, что не знает, чего хочет от сервиса, то ли из-за того, что сервис ей не подходит, а то ли из-за трудностей внутри неё.
3. Она чаще уходит с тарифа Старт.
4. Направление в её деятельности неизвестно.
5. Число сотрудников у неё от 1 до 4.

Все эти пункты — не догма. В том числе и потому, что возникали трудности в анализе. Сложности возникали из-за:

1. Плохой культуры хранения данных:
 - а. Вы сами не знаете что означают некоторые колонки в ваших таблицах из-за того, что нет строгого алгоритма и строгой связи заполнения их данными.
 - б. Вероятно, данные несвоевременно заполняются информацией о новых компаниях, потому что информация о 61.1% компаний просто отсутствует:
 1. неизвестно, как они вели свою активность в сервисе;
 2. ничего неизвестно о их деятельности, их сотрудниках, дате их создания в сервисе.
2. Скудной документации.
3. Отсутствия обратной связи от заказчика.

Рекомендации:

1. Задуматься о найме инженера данных старшего грейда, который бы пересмотрел культуру хранения ваших данных.
2. Затем написать чёткую документацию к вашим таблицам, чтобы было понятно человеку прохожему.

А компанию, стремящуюся к оттоку, обрисовали. Таким образом, у вас есть информация, которую можно обдумать внутри ваших отделов.

Вводная информация

В сервисе Gectaro упоминается 1841 компания, об этом говорит таблица billings.

Но в анализе участвовало всего 716 компаний, это 38.9% от всего числа.

Такой сильный срез из-за того, что именно по этому числу компаний есть информация во всех таблицах, а не только в таблице со счётами billings.

По состоянию на 28.03.24 464 компаний из 716 не имеют подписки Gectaro и считаются ушедшими, а у остальных 252 есть подписка.

Неушедшие компании (у которых действует подписка) будем относить к группе retention, а ушедшие (у которых кончилась подписка) — к группе churn.

Примечание:

На некоторых слайдах не достаёт графиков группы Retention, потому что они физически не вмещаются, чтобы их было удобно рассматривать.

В этом плане удобнее делать презентации в BI инструментах.

Кол-во регистраций компаний в Gectaro по годам

Объективно по компаниям, у которых на данный момент есть подписка Gectaro:

- * Видим всплески регистраций компаний:
- * в первом квартале 2023 года (27 регистраций)
- * в третьем квартале 2023 года (40 регистраций)

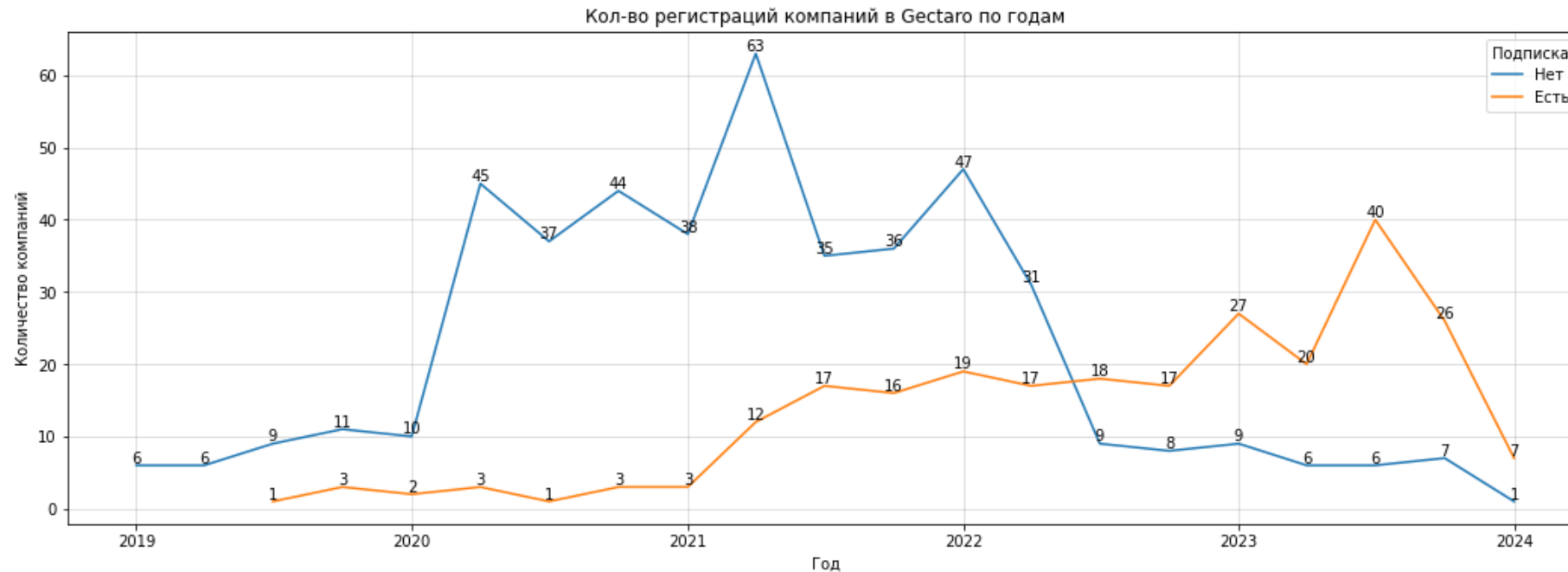
Затем, в первом квартале 2024 года, аномальный спад.

В логах хронология Gectaro кончается этой датой и временем: 2024-03-13 10:24:06.

Можно сказать, что история захватывает почти весь первый квартал 24 года.

Так что списать всё на нехватку половины марта не получится.

Мы установили, что у Gectaro действительно есть проблемы.



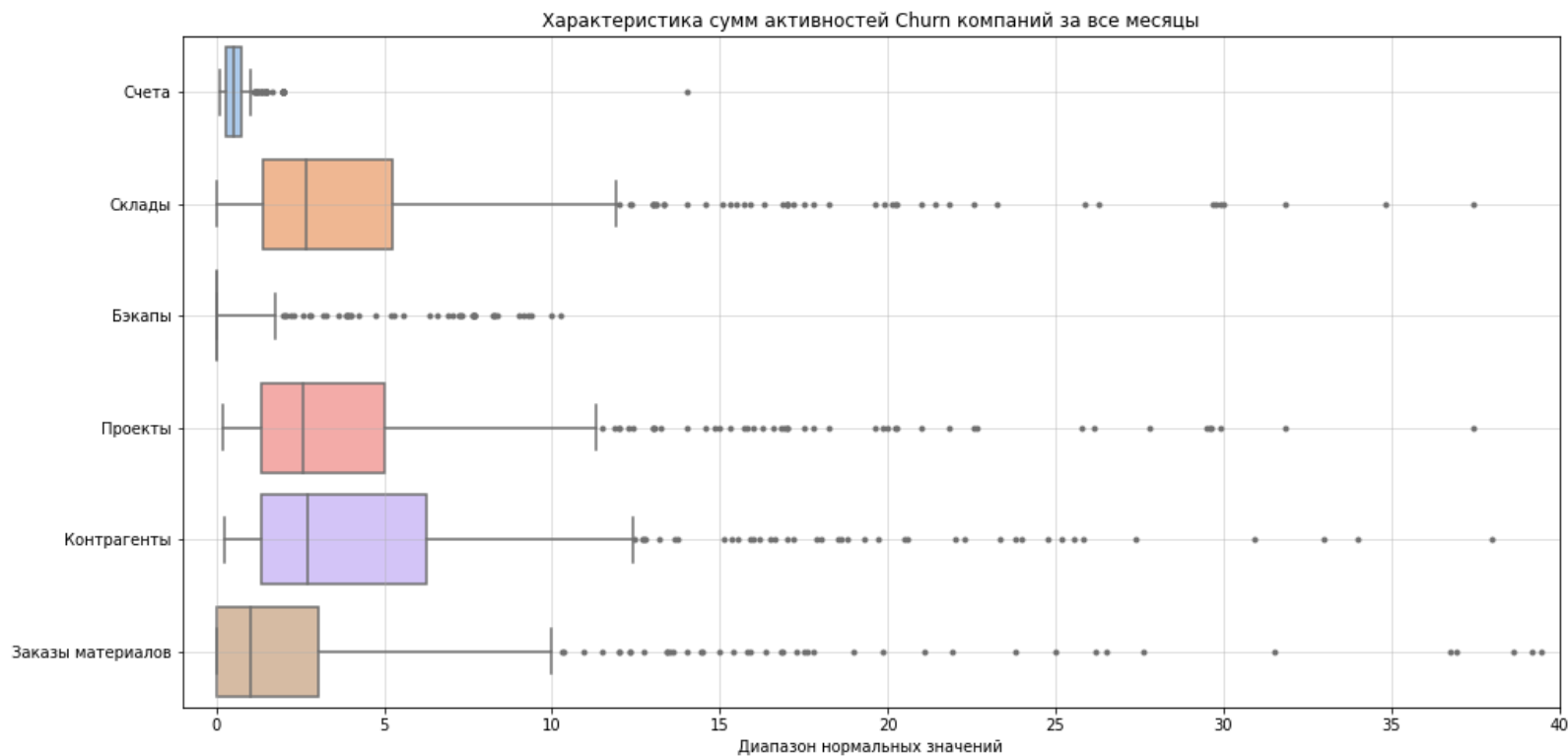
Суммы активностей каждой компании за все месяцы, выраженные диаграммами размаха

Просуммировав все значения каждой переменной-активности за все месяцы и для каждой компании, мы получили распределения для компаний группы Churn.

В нормальных диапазонах диаграмм размаха учитываются значения, которые входят в 90% значений. Остальные 10% значений выражены выбросами.

Есть связь между уходом компании и количеством контрагентов и заказов материалов.

У отточных компаний не много контрагентов и заказов материалов, а скорее недостаток того и другого. Это их отличает от тех, кто предпочитает остаться в Gectaro.



Сумма активностей каждой компании за все месяцы, выраженная нормированной диаграммой с областями

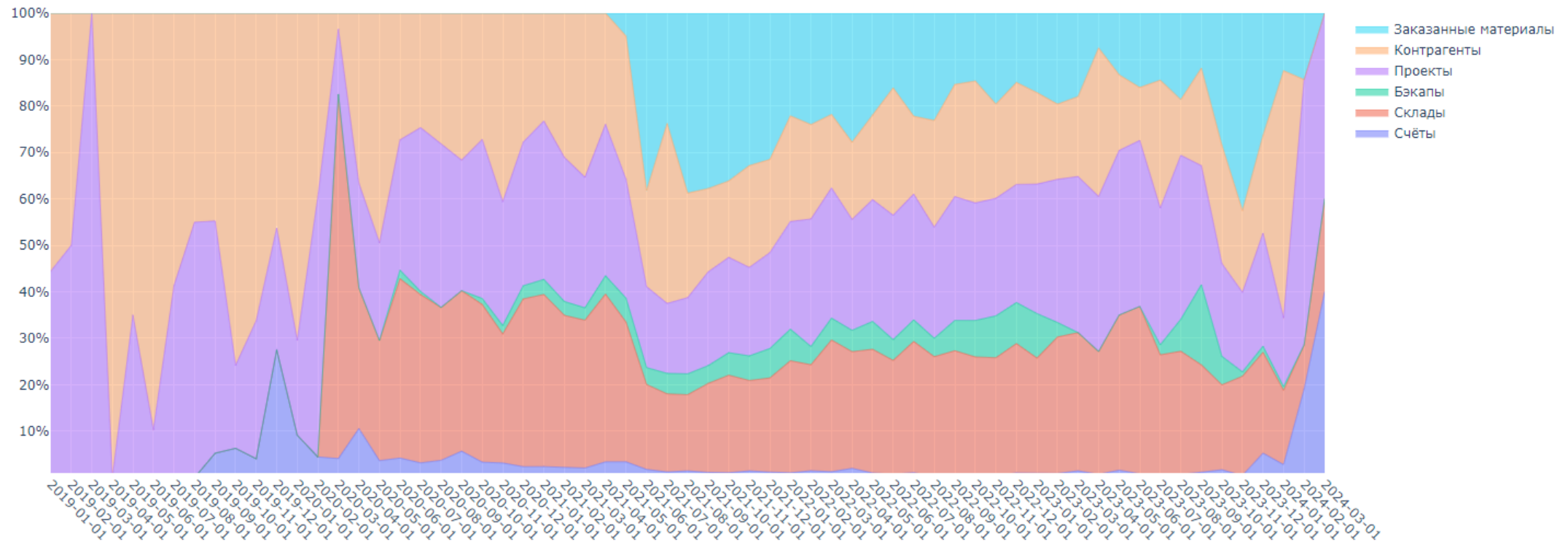
Диаграмма показывают изменения вклада каждой категории-активности с течением времени.

Функцию заказа материалов ввели в мае 2021 года.

Области группы Churn после введения заказа материалов выглядят более рваными и менее сбалансированными: доля заказов материалов мала, доля контрагентов чуть больше, а доля проектов велика.

Таким образом, нормированные диаграммы с областями показывают, что компании группы Churn не могут поймать свой лейтмотив, свою волну, то ли из-за того, что не знают, чего хотят от сервиса, то ли из-за того, что сервис им не подходит, а то ли из-за трудностей внутри компании.

Динамика вклада каждой категории активностей компаний группы Churn с течением времени



Доли пользования разными категориями тарифов

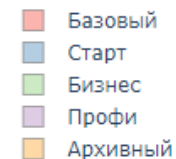
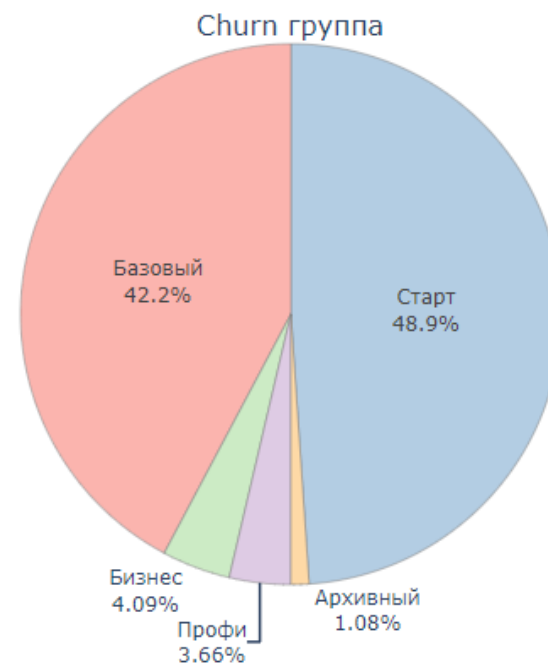
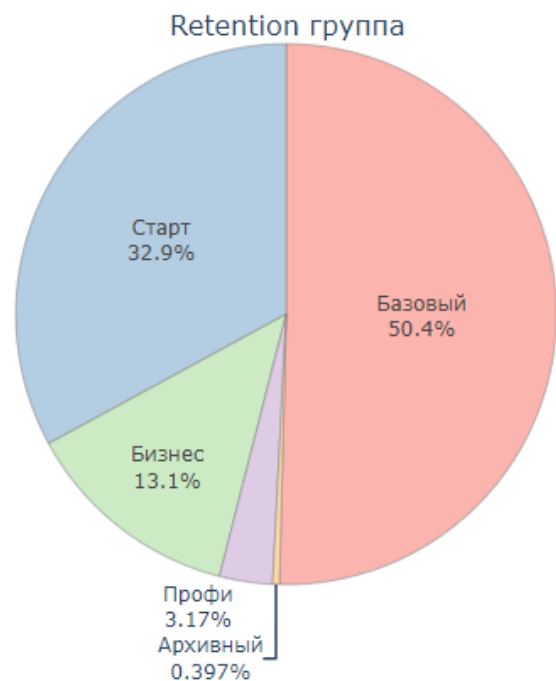
Есть отличия в распределении долей групп Retention и Churn по тарифам базовый, старт, бизнес.

Компании группы Retention больше предпочитают пользоваться базовой версией, она дороже и даёт больше возможностей пользующейся компании.

Если смотреть на тариф бизнес, то этих компаний в процентном соотношении больше в Retention, чем в Churn группе.

Самая большая доля у Churn компаний — это тарифы категории старт. Компании, которой впервые в сервисе Gectaro, логично попробовать сначала самую стартовую подписку для ознакомления с сервисом, прежде чем подумать о другой.

Значит, компании чаще всего уходят с тарифа Старт.



Распределение направлений деятельности компаний

Направление деятельности компаний, которые чаще всего уходят, неизвестно.



Распределение числа сотрудников компаний

К оттоку скорее склонны компании с количеством сотрудников от 1 до 4.

Стоит отметить, что `Gectaro` на данный момент пользуются в том числе и "тяжеловесные" компании, в которых работают от 101 человек и выше, таких компаний 4.

Ещё 3 таких же тяжеловесных компаний подверглись оттоку, они больше не с `Gectaro`.

В процентном соотношении группа Retention всё-таки помощнее будет.

Распределение числа сотрудников в компаниях

