

# Phân tích thống kê

## 1. Thống kê Mô tả

Tổng số khách hàng 10,000. Trong đó có 2,037 tương đương 20.37% khách hàng rời đi, điều này nghĩa là cứ 5 khách hàng thì lại có 1 người rời đi.

	Ngắn nhất	Dài nhất	Rỗng	Giá trị duy nhất	Khoảng trống
Quốc gia	5	7	0	3	0
Giới tính	4	6	0	2	0

	Mean	Sd	Min	Q1	Median	Q3	Max
Điểm tín dụng	650.53	96.65	350.00	584.00	652.00	718.0	850.0
Tuổi	38.92	10.49	18.00	32.00	37.00	44.0	92.0
Thời gian gắn bó	5.01	2.89	0.00	3.00	5.00	7.0	10.0
Số dư	76485.89	62397.41	0.00	0.00	97198.54	127644.2	250898.1
Số lượng sản phẩm	1.53	0.58	1.00	1.00	1.00	2.0	4.0
Thẻ tín dụng	0.71	0.46	0.00	0.00	1.00	1.0	1.0
Tích cực	0.52	0.50	0.00	0.00	1.00	1.0	1.0
Thu nhập	100090.24	57510.49	11.58	51002.11	100193.91	149388.2	199992.5
Rời đi	0.20	0.40	0.00	0.00	0.00	0.0	1.0

(Mean: Trung bình, Sd: độ lệch chuẩn, Min: giá trị nhỏ nhất Q1: tứ phân vị thứ nhất, Median: trung vị, Q3: tứ phân vị thứ 3, Max: giá trị lớn nhất)

## 2. Phân tích Nhân khẩu học & Địa lý

### 2.1 Theo địa lý

	Pháp	Đức	Tây Ban Nha
Tỷ lệ rời đi	16.15%	32.44%	16.67%

Khách hàng ở Đức có tỷ lệ rời bỏ cao gấp đôi so với Pháp và Tây Ban Nha. Đây là thị trường rủi ro nhất và cần được điều tra nguyên nhân

### 2.2 Theo Giới tính

Nữ	Nam
----	-----

Tỷ lệ rời đi **25.07%** 16.46%

Khách hàng nữ có khả năng rời bỏ cao hơn đáng kể (gần 52%) so với khách hàng nam. Cần xem xét lại trải nghiệm, sản phẩm và dịch vụ dành cho nhóm khách hàng này.

### 2.3 Theo Độ tuổi

	<b>18-39</b>	<b>40-59</b>	<b>60+</b>
Tỷ lệ rời đi	9.97%	<b>37.33%</b>	24.78%

Nhóm khách hàng “trung niên” (40-59 tuổi) là nhóm rủi ro cao nhất. Các chính sách giữ chân cần tập trung đặc biệt vào nhóm tuổi này.

## 3. Phân tích Hành vi & Tài chính

### 3.1 Theo Số lượng sản phẩm

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Tỷ lệ rời đi	27.71%	7.58%	<b>82.71%</b>	100%

Khách hàng dùng 2 sản phẩm là nhóm trung thành nhất. Khách hàng dùng 3 hoặc 4 sản phẩm gần như chắc chắn sẽ rời bỏ. Cần xem xét lại chiến lược bán chéo sản phẩm thứ 3 và thứ 4.

### 3.2 Theo Trạng thái Thành viên Tích cực

	<b>0</b>	<b>1</b>
Tỷ lệ rời đi	<b>26.85%</b>	14.27%

Khách hàng không tương tác/hoạt động có khả năng rời bỏ cao gần gấp đôi. Cần có chiến dịch “tái tương tác” cho những khách hàng không hoạt động trong một thời gian.

### 3.3 Theo Số dư tài khoản

	<b>Có số dư</b>	<b>Không có số dư</b>
Tỷ lệ rời đi	<b>24.08%</b>	13.82%

Khách hàng có số dư trong tài khoản lại rời bỏ nhiều hơn. Cần xác định lại các chiến lược lãi suất, phí dịch vụ, v.v.

### 3.4 Theo Thẻ tín dụng

	<b>Không dụng thẻ</b>	<b>Có dụng thẻ</b>
Tỷ lệ rời đi	20.81%	20.18%

Việc sở hữu thẻ tín dụng không ảnh hưởng đáng kể đến quyết định rời bỏ.

### 3.5 Theo Điểm tín dụng

<b>350- 400</b>	<b>401- 450</b>	<b>451- 500</b>	<b>501- 550</b>	<b>551- 600</b>	<b>601- 650</b>	<b>651- 700</b>	<b>701- 750</b>	<b>751- 800</b>	<b>801- 850</b>
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Tỷ lệ	<b>100%</b>	24.71	20.04	22.09	20.55	20.95	18.54	20.16	19.52	19.69
rời đi		%	%	%	%	%	%	%	%	%

Tỷ lệ rời bỏ khá đồng đều ở các mức điểm tín dụng, tuy nhiên, nhóm có điểm tín dụng rất thấp (< 400) có tỷ lệ rời bỏ rất cao hơn một chút