

# АНАЛИЗ И СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА "МЕТАНПРОМ"

# ЗАДАЧИ

## Цель исследования

- Сегментировать клиентов банка.
- Выявить причины оттока
- Разработать рекомендации

## Задачи исследования

- Провести аналитическое исследование клиентов банка
- Проанализировать результаты и сделать выводы
- Подготовить презентацию

## Исходные данные

Датасет которые содержит данные о клиентах банка "Метанпром"

# SUMMARY

## Сегмент № 1

Клиенты пользуются одним продуктом. Самый многочисленный сегмент - 4841 пользователь. Большинство клиентов из Ярославля. Преимущественно мужчины. В большей мере владеют кредитными картами. Возраст 30-40 лет. Средний рейтинг 600-700. Большой процент оттока. Баланс на счету в среднем 100000-150000 р.

## Сегмент № 2

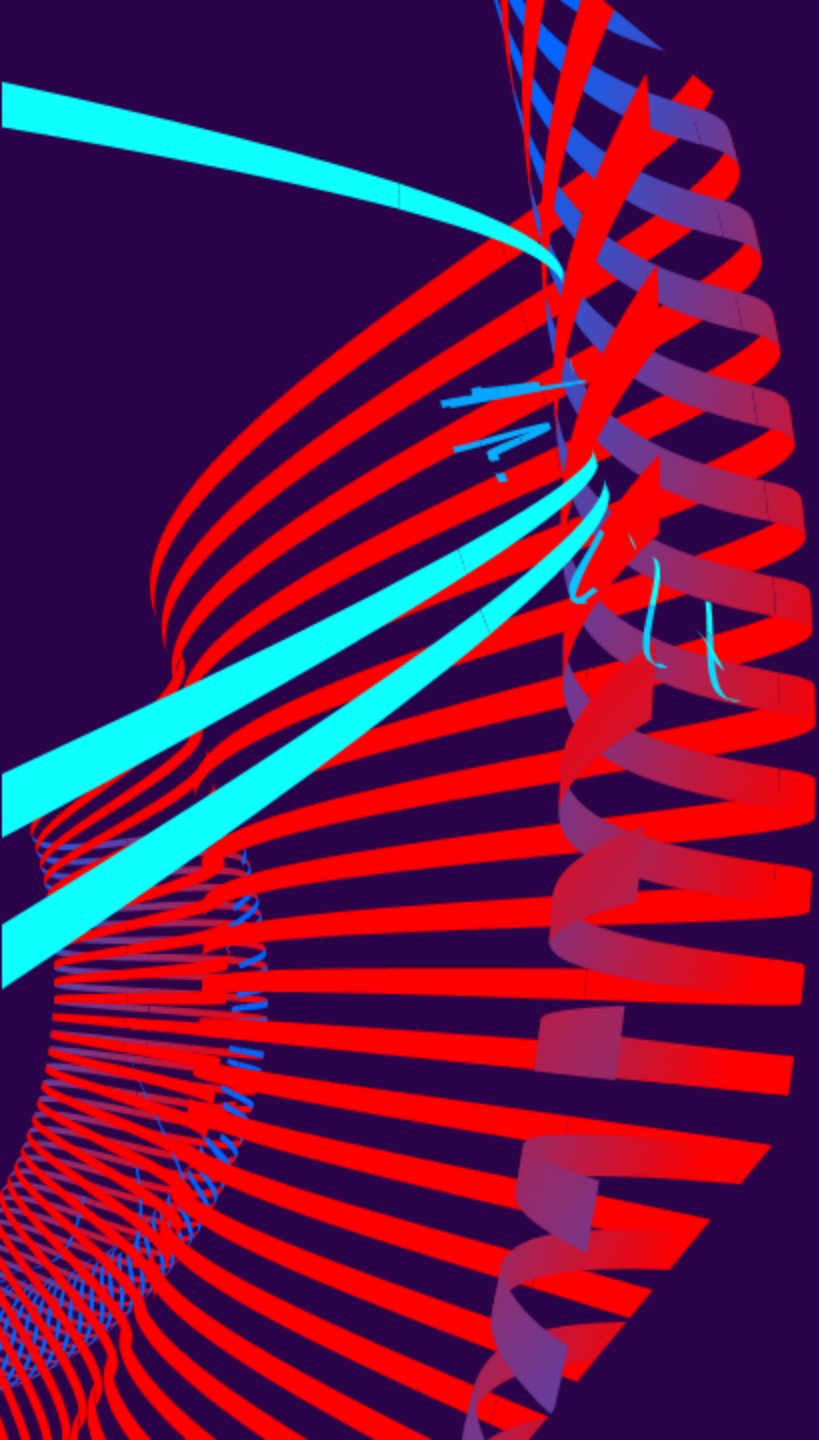
Клиенты пользуются двумя продуктами. Второй по объему сегмент - 4418 клиентов. Большинство находятся в Ярославле. Преимущественно мужчины. В большинстве владеют кредитными картами. Активных пользователей чуть больше чем неактивных. Средний рейтинг 600-700. Возраст 30-45 лет. Баланс 110000 – 1350000 р.

## Сегмент № 3

Клиенты пользуются тремя продуктами. Небольшой сегмент - 250 человек. Клиенты из Ярославля и Ростов-Великого. Большинство женщин, имеют кредитные карты. Средний рейтинг 500-750. Возраст 40-45 лет. Средний баланс на счету 110000 р.

## Сегмент № 4

Клиенты пользуются четырьмя продуктами. Самый малочисленный сегмент - 58 человек. Большинство находятся в Ярославле. Преимущественно женщины. Имеют кредитные карты. Практически все клиенты данного сегмента ушли из банка. Средний рейтинг 550-650. Возраст 40-50 лет. Баланс на счету 120000-140000 р.



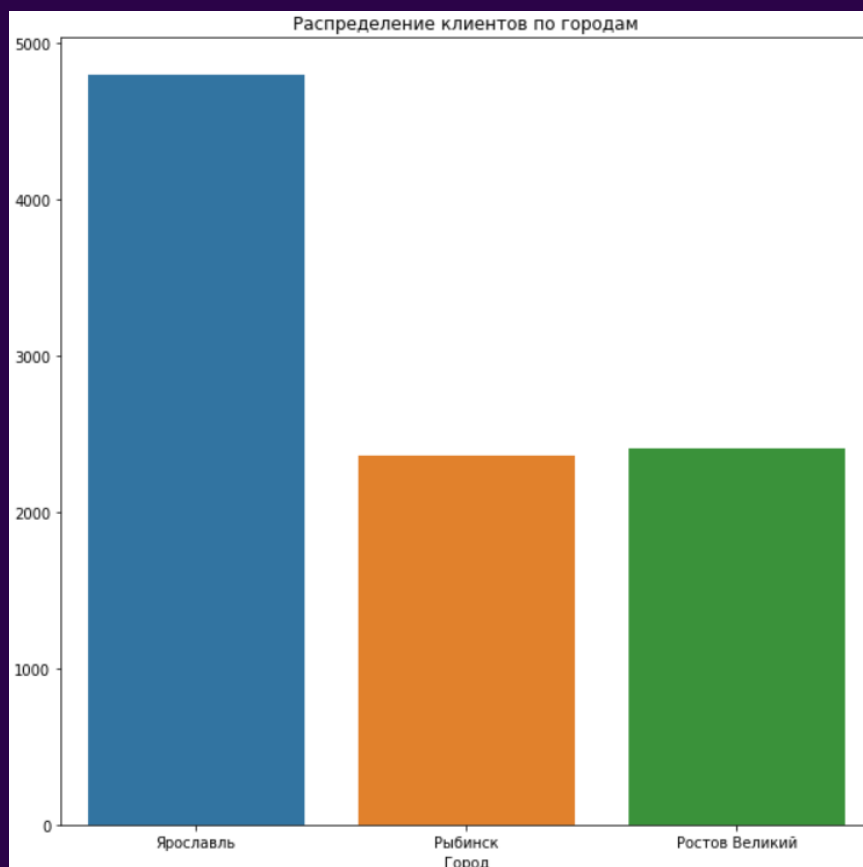
# ОБЩИЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТА БАНКА

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ПОЛОВОМУ ПРИЗНАКУ



- Мужчины - 5232 (54.7%)
- Женщины - 4335 (45.3%)

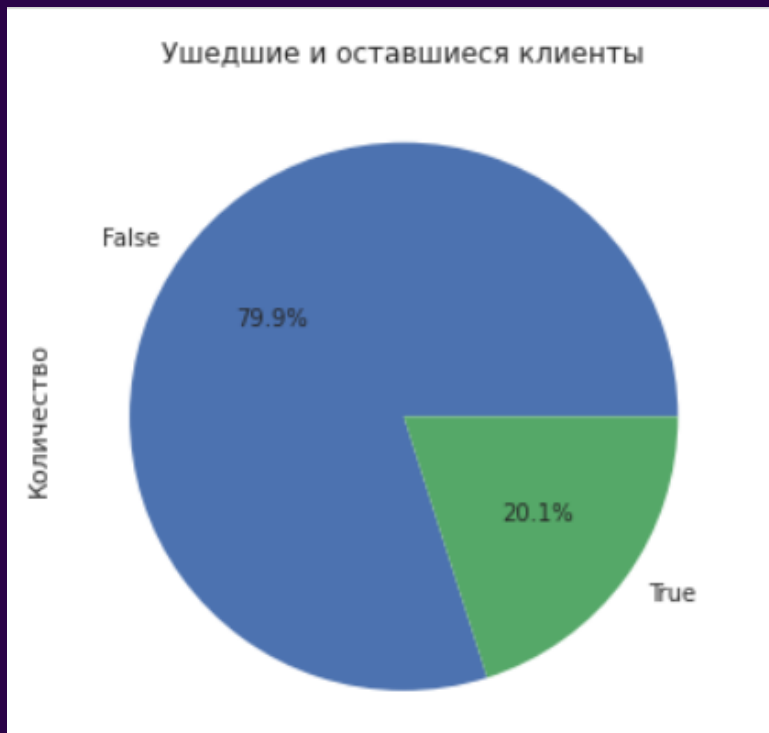
## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ГОРОДАМ



- Основная масса клиентов сосредоточена в городе Ярославль

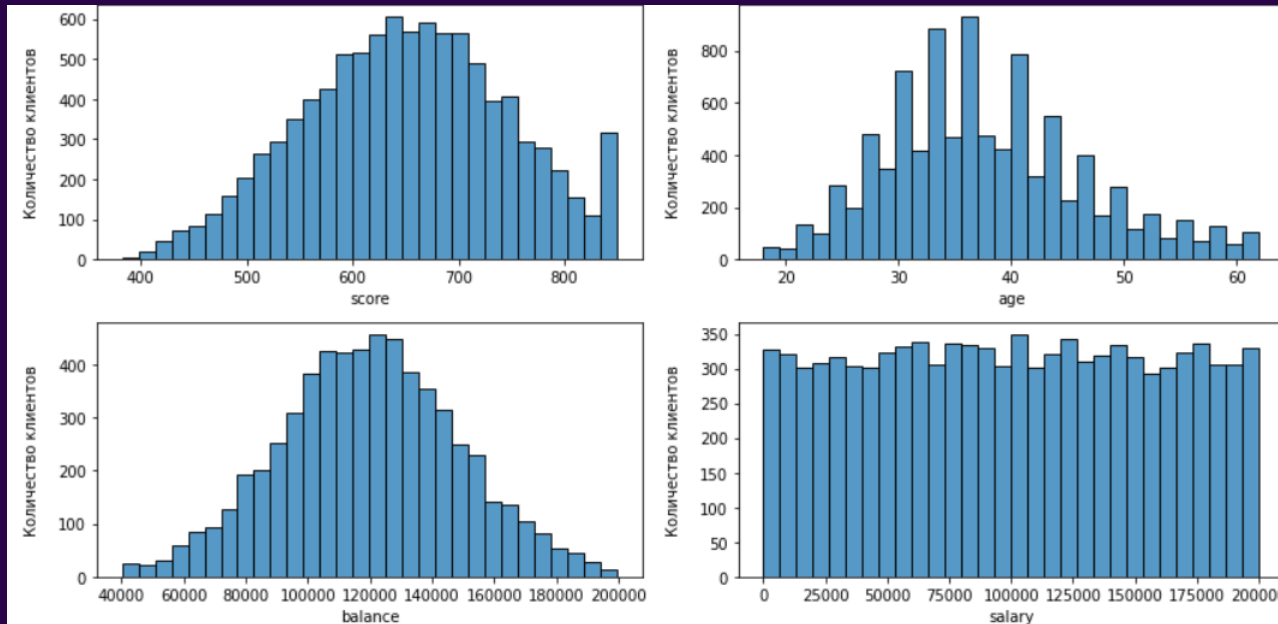


## УШЕДШИЕ И ОСТАВШИЕСЯ КЛИЕНТЫ



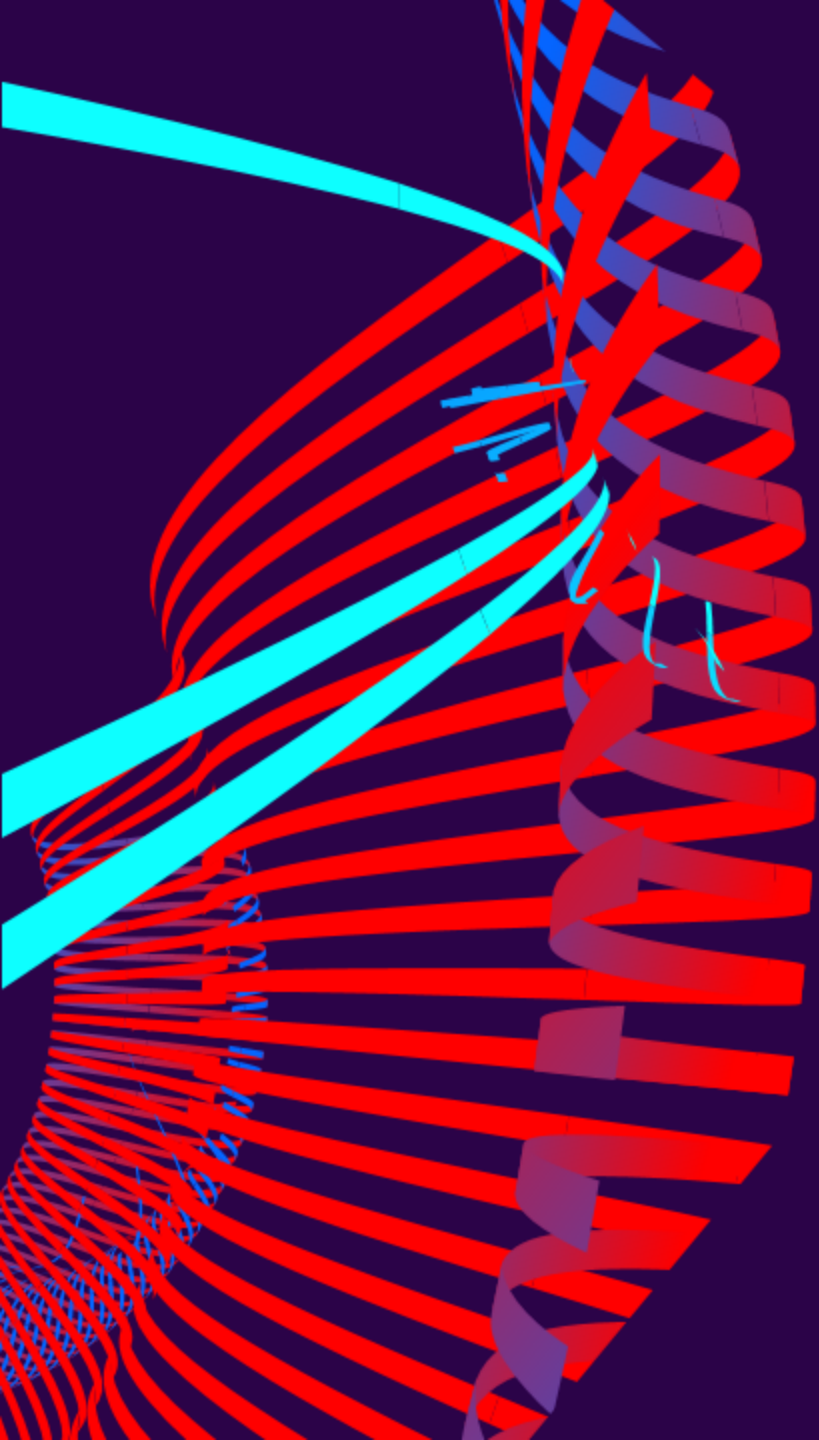
- 7646 - количество клиентов которые остались в банке
- 1921 - количество клиентов которые решили уйти

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО РЕЙТИНГУ . БАЛАНСУ . ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЕ И ВОЗРАСТУ



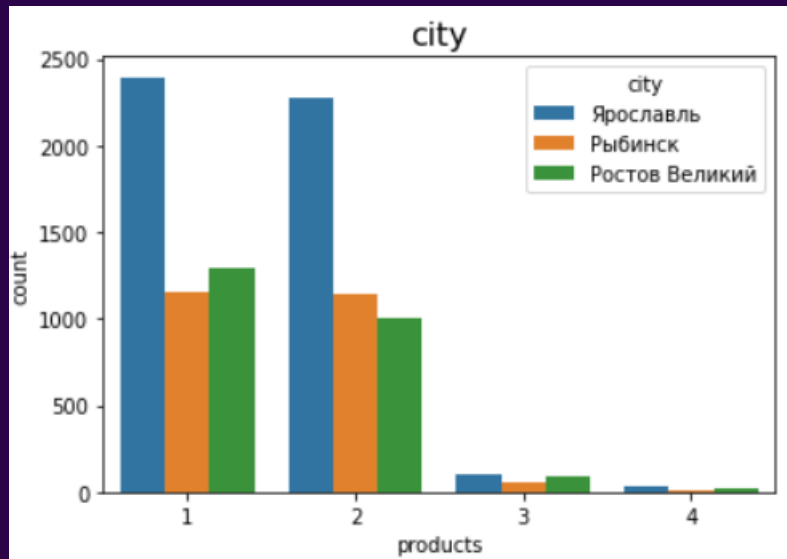
- Средний рейтинг клиентов 600-700
- Остаток на счету в районе 100-150т р.
- Средний возраст 30 – 40 лет
- Уровень ЗП варьируется до 200т р.





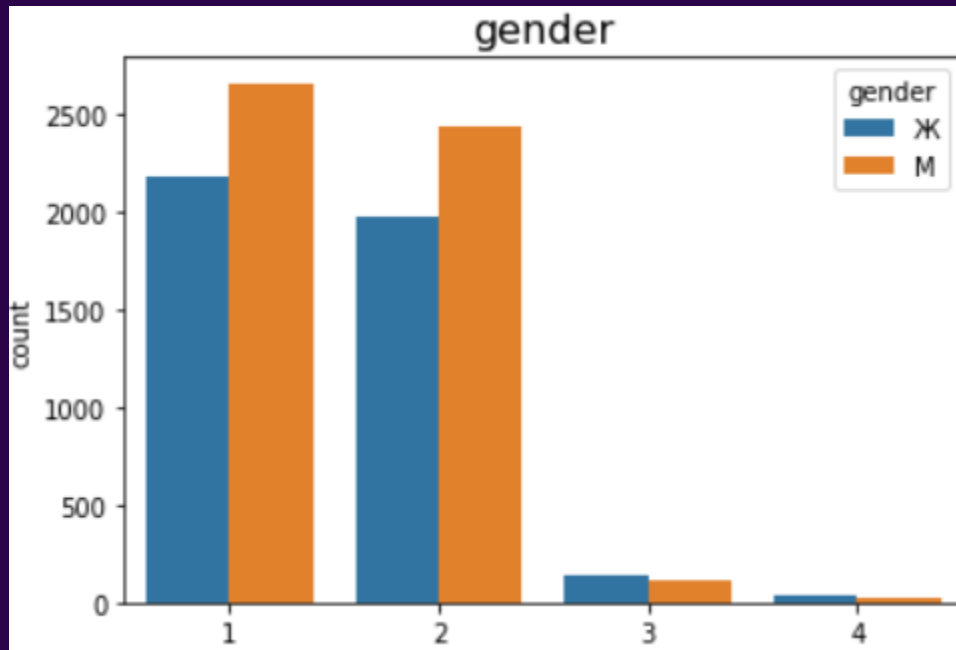
# СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ГОРОДАМ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ



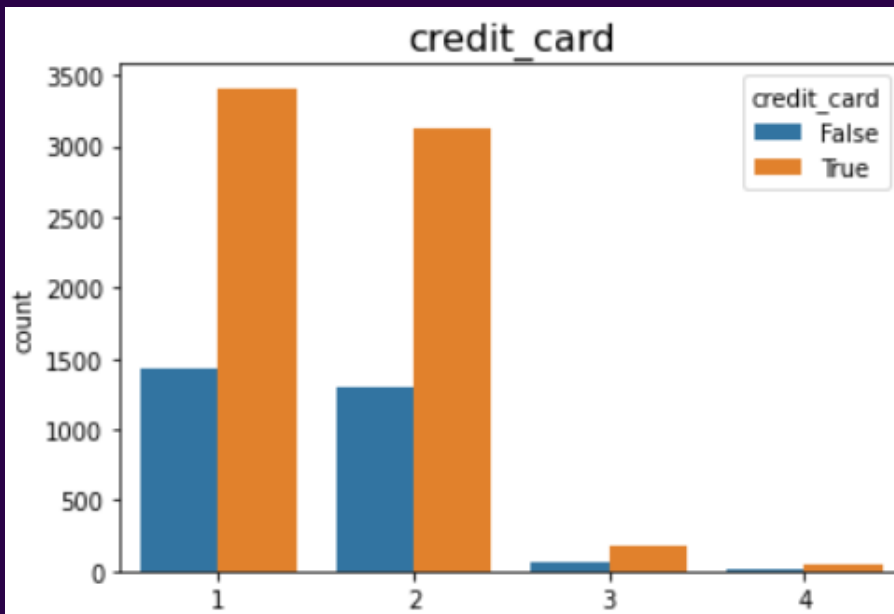
- Ярославль - лидирующий город по количеству клиентов для всех сегментов

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ГЕНДЕРУ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ



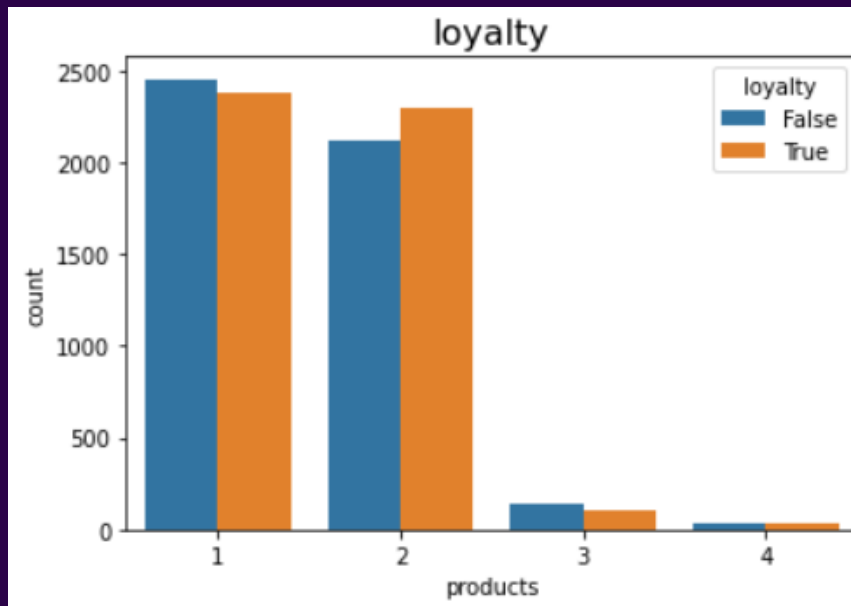
- Мужчины в большей степени используют один либо два продукта банка
- Женщины больше три либо четыре

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО НАЛИЧИЮ КРЕДИТНОЙ КАРТЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ



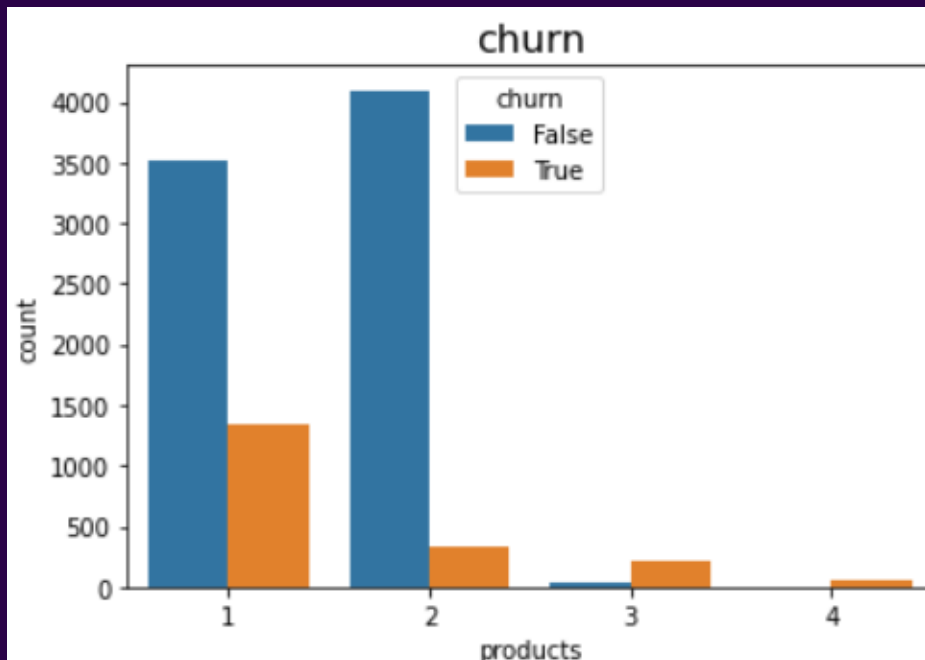
Во всех сегментах клиенты предпочитают иметь кредитную карту нежели не иметь

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО АКТИВНОСТИ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ



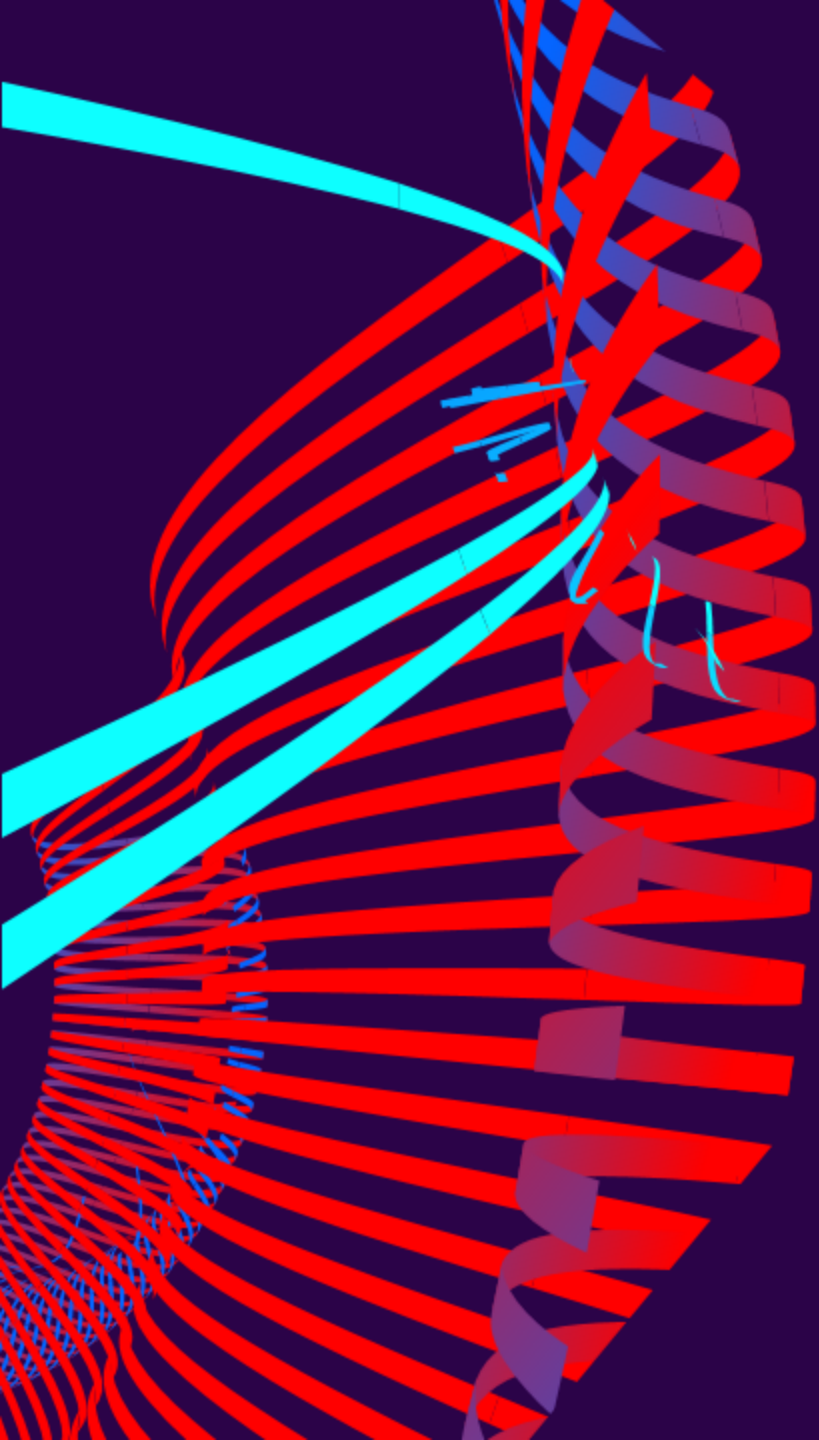
- В первом и третьем сегменте больше неактивных пользователей
- Во втором сегменте больше активных клиентов
- В четвертом примерно поровну

## РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КЛИЕНТОВ ПО ОТТОКУ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ



- Наибольший отток просматривается в первом сегменте , обусловлено это скорее количеством в целом
- А вот в четвертой группе отток составляет практически 100 %





# ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗ

## В РЕЗУЛЬТАТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ БЫЛИ ПРОВЕРЕНЫ ДВЕ ГИПОТЕЗЫ

- Гипотеза №1 - Средний возраст клиентов использующих один продукт равен среднему возрасту клиентов использующих два продукта . Гипотеза не подтвердилась . Средние возраста не равны.
- Гипотеза №2 - Средний доход клиентов использующих три продукта равен среднему доходу клиентов использующих 4 продукта .  
Гипотеза подтвердилась. Средние доходы равны.



# РЕКОМЕНДАЦИИ

## СЕГМЕНТ № 1

Предложить дополнительные продукты банка так как в этот сегмент входит самая молодая и активная группа клиентов. Также разработать дополнительные продукты для женщин.

## СЕГМЕНТ № 2

Поддерживать лояльность и активность клиентов. Это один из самых успешных сегментов.

## СЕГМЕНТ № 3

Провести дополнительное исследование и выяснить причину оттока. Разработать дополнительные продукты влияющие на удержание клиента.

## СЕГМЕНТ № 4

Также как и с предыдущим сегментом наблюдается высокий отток. Выяснить причины и разработать продукты повышающие удержание клиента. Также целесообразно разработать продукты для возрастных клиентов.

Ко всему вышеперечисленному рекомендуется провести рекламные компании, в таких городах как Рыбинск и Ростов-Великий, так как в этих регионах процент клиентов достаточно мал по сравнению с основной массой.

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ**