

Клиентская аналитика. Лояльность и NPS

Подготовила: Улдархан М.

03.11.2022

Введение

Был составлен dashboard для определения наиболее лояльных групп пользователей оператора сотовой связи. Данный dashboard поможет получить ответы на след. 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 (англ. promoters)?

***dashboard был составлен на основе данных оператора по базе прошедших NPS опрос

Выводы

- Основная задача исследования - определить текущий уровень потребительской лояльности, или NPS (от англ. Net Promoter Score), среди клиентов из России – была достигнута.
- Текущий уровень NPS – 22%, что означает что у оператора в сети преобладают промоутеры, которые приводят своих друзей и знакомых в сервис, и улучшают репутацию оператора.
- Промоутеры есть во всех городах, средний возраст промоутеров 41 год, средний возраст в сети 1768 дней (5 лет).
- Наиболее лояльные сегменты пользователей оператора: абоненты в возрастном сегменте 66+, женщины, пользующиеся связью менее одного месяца, так же абоненты с потреблением трафика до 100МБ
- Наименее лояльные сегменты пользователей оператора: абоненты в возрастном сегменте до 16 лет, мужчины, которые пользуются сетью более 3-х лет, и потребляющие трафик более 100Гб в месяц.

Yandex Project Telecom NPS

viz

File created on: 11/3/2022 8:34:18 AM

Current NPS among telecom subscribers

NPS %

22%

Average NPS score

7.5

Cities

62

Respondents

502,493

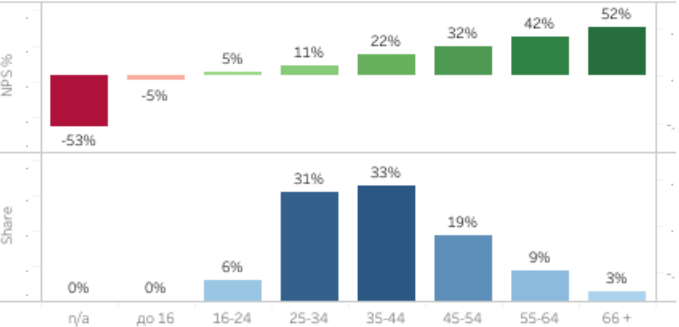
Avg. age

40

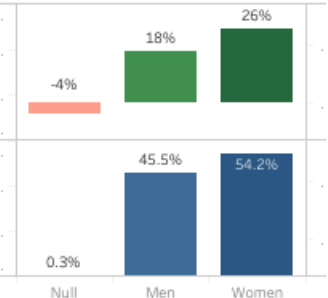
Avg. lifetime

1,869

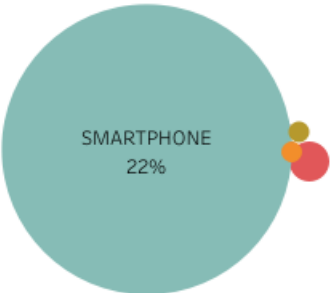
Age group



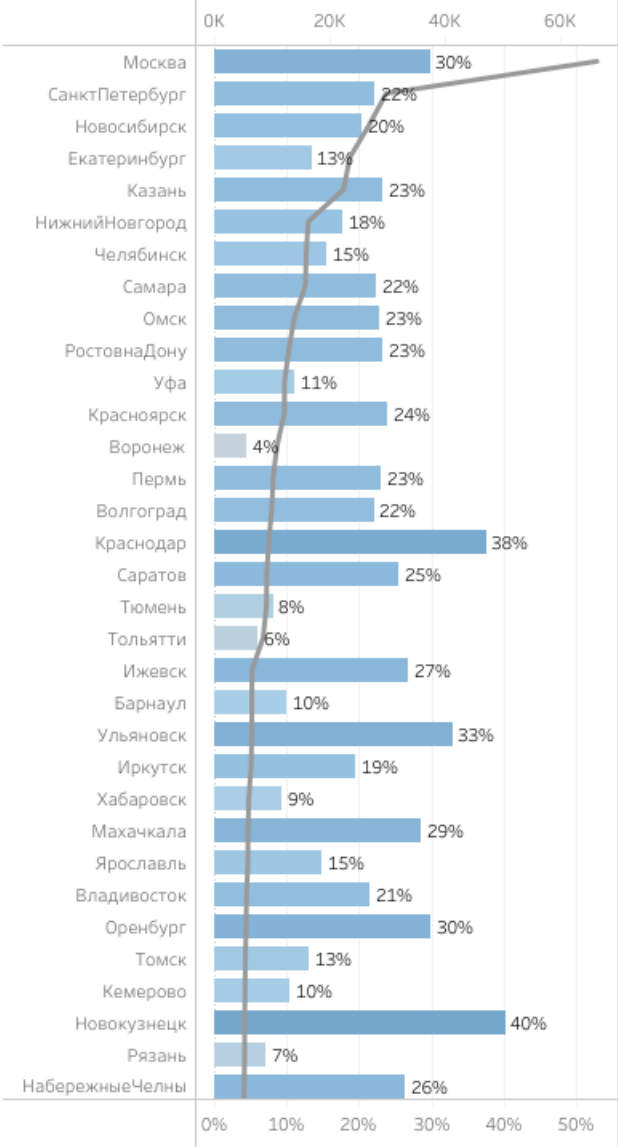
Gender



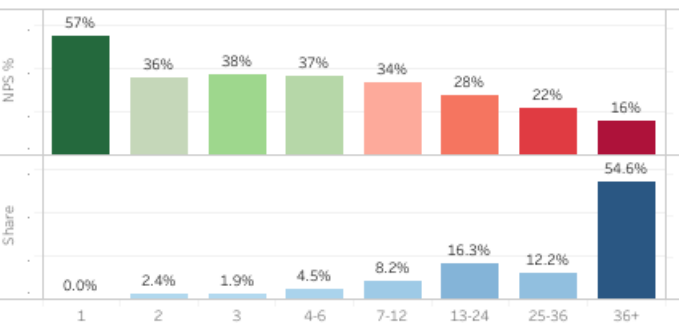
Terminal type



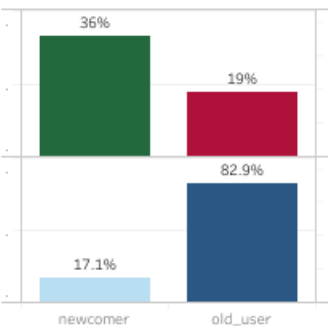
Region



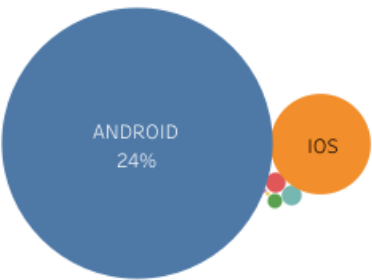
Lifetime



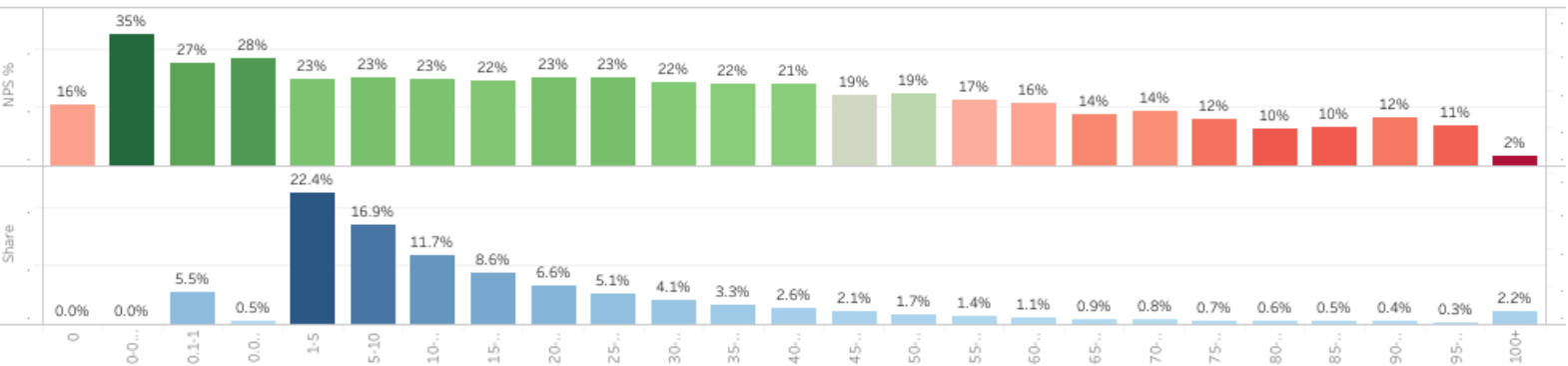
New/Old



OS type



New/Old



City

All

Age segment

All

Lifetime segment

All

Traffic segment

All

New/Old

All

Gender segment

All

Terminal type

All

OS name

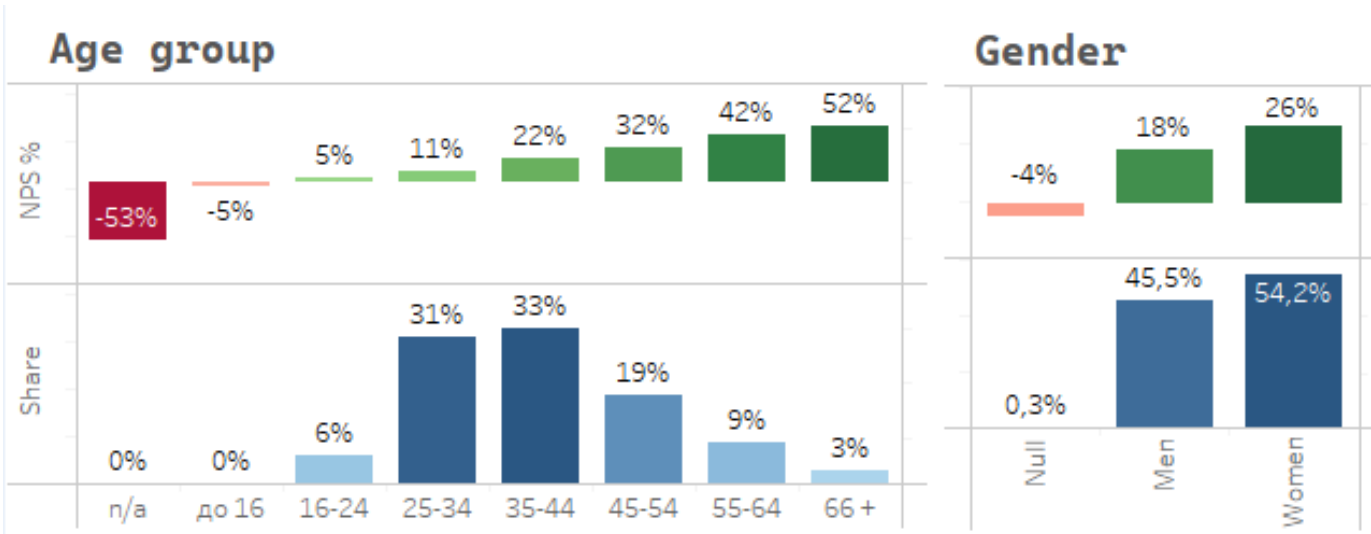
All

nps_group

All

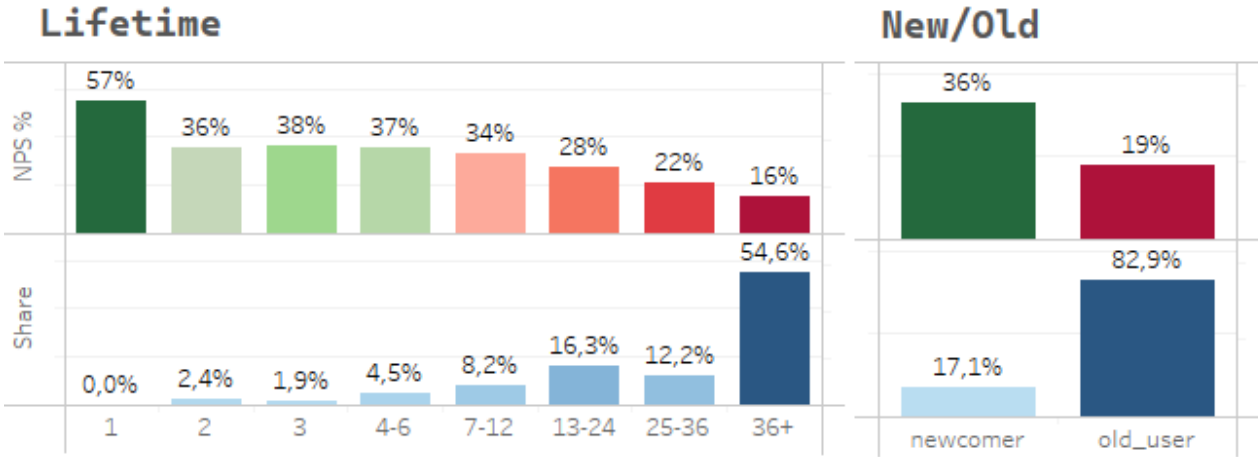
- **Как распределены участники опроса по возрасту?**
- Среди опрошенных преобладает группа пользователей в возрастных сегментах «25-34», «35-44».
- По графику NPS каждого сегмента можно увидеть тенденцию: чем выше возраст, тем выше удовлетворенность/лояльность клиента. Так, в сегменте «до 16 лет» NPS составляет -5%, а в сегменте «66+» 52%.
- Учитывая распределение абонентов по возрастным сегментам, можно утверждать что группы «25-34», «35-44» оказали наибольшее влияние на общий показатель NPS (22%) оператора.

- **Как распределены участники опроса по полу?**
- Участники опроса по полу распределены более менее равномерно:
 - мужчин респондентов 45,5%
 - женщин – 54,2%
- По показателям NPS можно заметить что мужчины (NPS 18%) более критично относятся к данному оператору нежели женщины (NPS 26%)

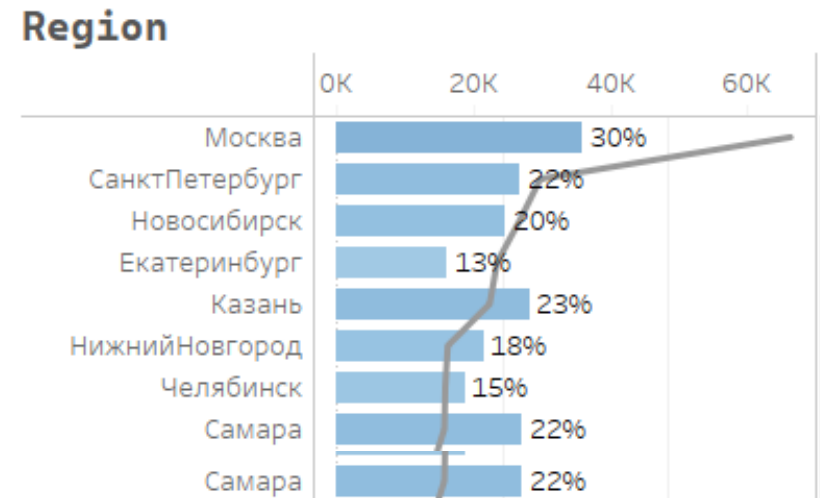


- **Как распределены участники опроса по возрасту в сети (lifetime)?**
- Среди опрошенных преобладает группа пользователей в lifetime сегменте «36+» - абоненты, которые пользуется связью более 3-х лет.
- По графику NPS каждого сегмента можно увидеть тенденцию: чем выше возраст в сети, тем ниже удовлетворенность/лояльность клиента. Так, в сегменте «до 1 мес.» NPS составляет 57%, а в сегменте «36+» 16%.
- Эта тенденция возможно объясняется эффектом «ожидание/реальность», когда вновь пришедший абонент ожидает одного качества, но со временем пользования его удовлетворенность снижается.

- **Каких пользователей больше: новых или старых?**
- Среди опрошенных преобладает группа пользователей в сегменте «old user» - абоненты, пользующиеся связью более одного года.
- Тут так же видна тенденция, что новые юзеры лучше оценивают оператора чем старые.



- **Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?**
- В выборке больше всего респондентов из городов: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Челябинск, Самара (более 15К ответов).
- На такое распределение респондентов могла повлиять кол-во абонентской базы оператора в тех или иных городах



Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису?

Пользователи в возрастном сегменте 66+, женщины, пользующиеся связью менее одного месяца, так же абоненты с потреблением трафика до 100МБ

Какие менее?

Пользователи в возрастном сегменте до 16 лет, мужчины, которые пользуются сетью более 3-х лет, и потребляющие трафик более 100Гб в месяц.

Какой общий NPS среди всех опрошенных?

22%

Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников (англ. promoters)?

Из всей выборки 264К абонентов выставили оценку промоутера.

Промоутеры есть во всех городах, средний возраст промоутеров 41 год, средний возраст в сети 1768 дней (5 лет).

Распределение по полу 43%/57% (муж/жен), большая часть промоутеров потребляют 1-5Гб трафика в месяц.