

Анализ оттока клиентов «Метанпромбанка»

Автор: Алиса Гвоздева, alisap.gvozdeva@gmail.com

Данные предоставлены заказчиком исследования: «Метанпромбанк»

Цель работы:

Выполнить анализ оттока клиентов банка и выделить клиентские сегменты с высоким оттоком. Дать рекомендации по удержанию клиентов в выделенных сегментах.

Задачи:

1. Определить категории пользователей с клиентским оттоком выше среднего по банку по следующим признакам: 1) пол клиента, 2) город проживания, 3) количество объектов собственности, 4) число банковских продуктов, 5) наличие кредитной карты, 6) активность клиента;
2. Определить диапазоны повышенного оттока для: 1) возраста клиентов, 2) кредитного скоринга, 3) баланса на счете, 4) ежемесячного дохода;
3. Составить «портреты» типичных остающихся и уходящих клиентов;
4. Оценить, какие признаки демонстрируют наиболее высокую корреляцию с оттоком клиентов;
5. Проверить гипотезы о том, что: 1) ежемесячный доход ушедших и оставшихся клиентов различается, 2) доли ушедших клиентов с/без кредитной карты различаются, 3) доли ушедших клиентов среди мужчин и женщин различаются.
6. Выделить три пользовательских сегмента с высоким оттоком и дать развернутые рекомендации по удержанию клиентов в этих сегментах.

Общие выводы (часть 1):

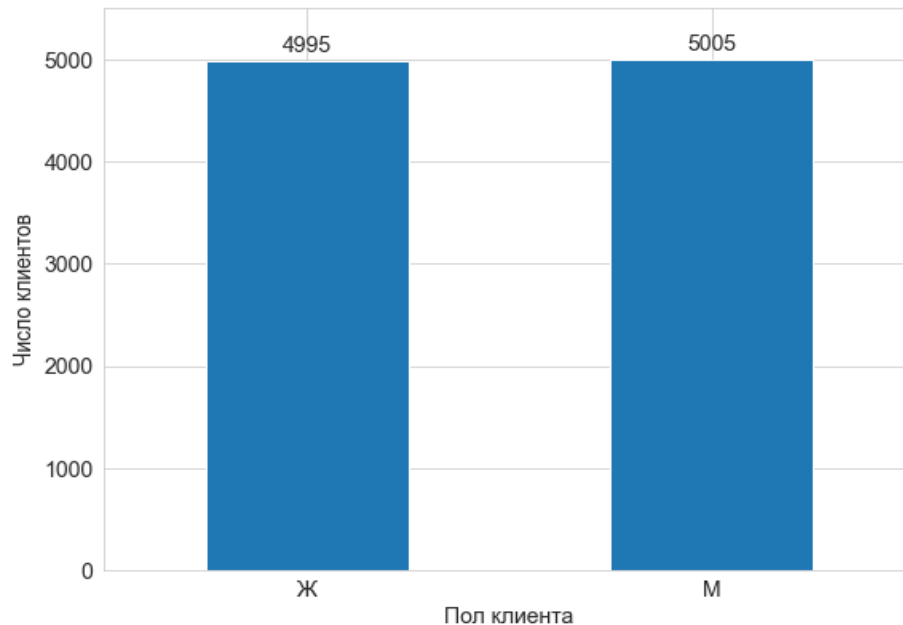
1. Средний отток клиентов «Метанпромбанка» по предоставленным данным составляет 18.2%;
2. Клиенты мужского пола демонстрируют достоверно более высокий отток чем клиенты женского пола – 23.6 и 12.8%, соответственно.
3. Отток клиентов в Ростове и Ярославле практически не отличается от среднего по банку и составляет 18.8 и 19.0%. В Рыбинске отток несколько ниже среднего – 16.2%.
4. Клиенты с 3-5 объектами собственности имеют показатель оттока выше, чем в среднем по банку (от 20.9 до 30.1%). Чем больше число объектов собственности, тем более склонны клиенты покидать банк.
5. Клиенты у которых 2-4 банковских продукта покидают банк чаще, чем те у которых только 1 продукт (отток 19.1-63.3% против 7.0%).
6. Клиенты без кредитной карты уходят достоверно чаще чем те, у кого есть кредитка (25.5 и 14.7% оттока, соответственно).
7. Активные клиенты более склонны уходить чем неактивные (отток 24.4 и 11.4 %, соответственно).
8. Два возрастных диапазона демонстрируют высокий отток клиентов – 25-34 года и 50-60 лет (отток 22.2 и 26.5%).
9. Клиенты с кредитным скорингом 825-900 баллов уходят из банка чаще других – отток 25%.
10. Клиенты с балансом на счете >750 тыс. уходят чаще, чем клиенты с меньшим балансом (34.8 и 12.0%, соответственно).
11. Среди клиентов с заработком 110-220 тыс. доля уходящих несколько выше чем среди остальных (20.5 и 16.6%, соответственно).

Общие выводы (часть 2):

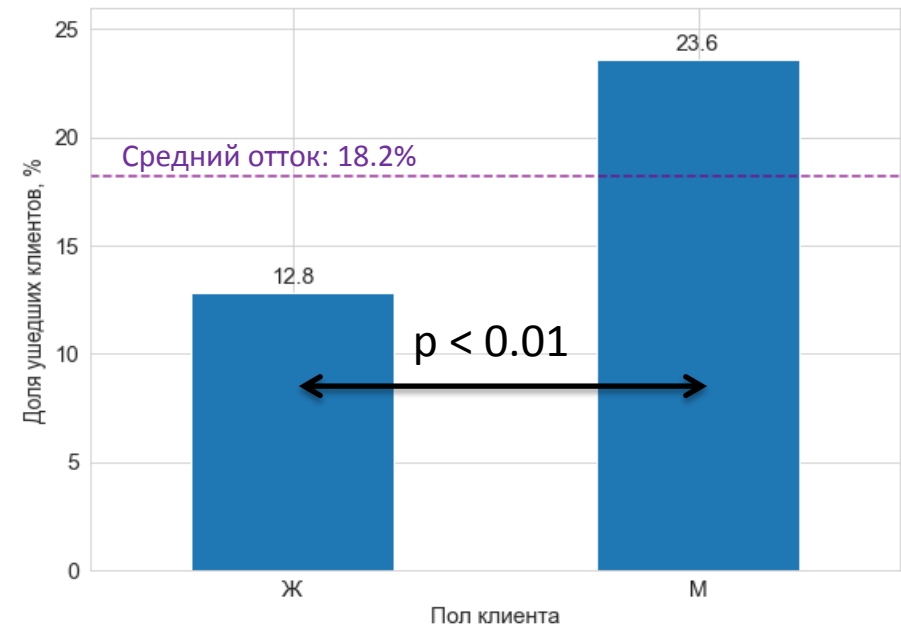
12. Типичный уходящий клиент: активный клиент-мужчина в возрасте 41 год, живет в Ярославле, имеет баланс на счете около 782 тыс. рублей, 4 объекта собственности, зарплату около 148 тыс. рублей и пользуется двумя банковскими продуктами, один из которых кредитная карта.
13. Типичный остающийся клиент: неактивный клиент-женщина, возраст 43 года, живет в Ярославле, баланс на счете около 475 тыс. рублей, 3 объекта собственности, имеет зарплату около 148 тыс. рублей и пользуется двумя банковскими продуктами, один из которых кредитная карта.
14. Признаки, демонстрирующие связь с показателем оттока: умеренная связь – число объектов собственности ($R=0.35$); слабая связь – число банковских продуктов ($R=0.26$), активность клиента ($R=0.26$), кредитный скоринг ($R=0.23$), пол ($R=0.23$), наличие кредитной карты ($R=0.20$), возраст ($R=0.18$).
15. **Рекомендуемые целевые сегменты для работы по снижению оттока:**
 - а) клиенты в возрасте 25-34 года, без кредитной карты, имеющие 2-4 банковских продукта (отток 41%, 628 человек);
 - б) клиенты в возрасте 50-60 лет, с балансом свыше 750 тыс. рублей, имеющие 3-5 объектов собственности (отток 44%, 538 человек);
 - в) активные клиенты-мужчины с кредитным скорингом 825-900 баллов (отток 45%, 925 человек).

Связь показателя оттока с полом клиентов

Число клиентов разного пола



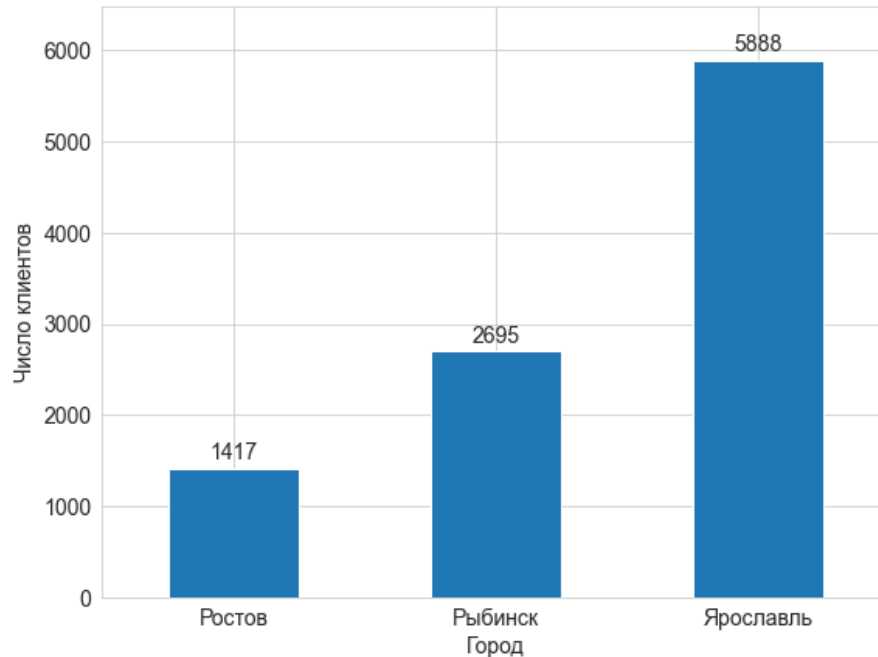
Доли уходящих клиентов разного пола



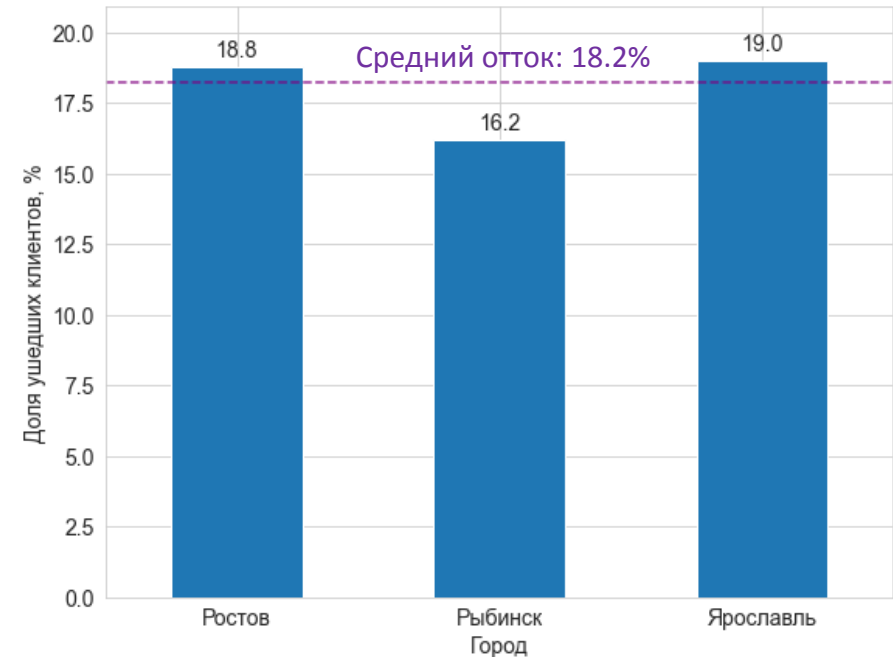
Клиенты мужского пола демонстрируют достоверно более высокий отток чем клиенты женского пола – 23.6 и 12.8%, соответственно ($p < 0.01$, двухсторонний биномиальный критерий).

Связь показателя оттока с городом проживания

Число клиентов в разных городах



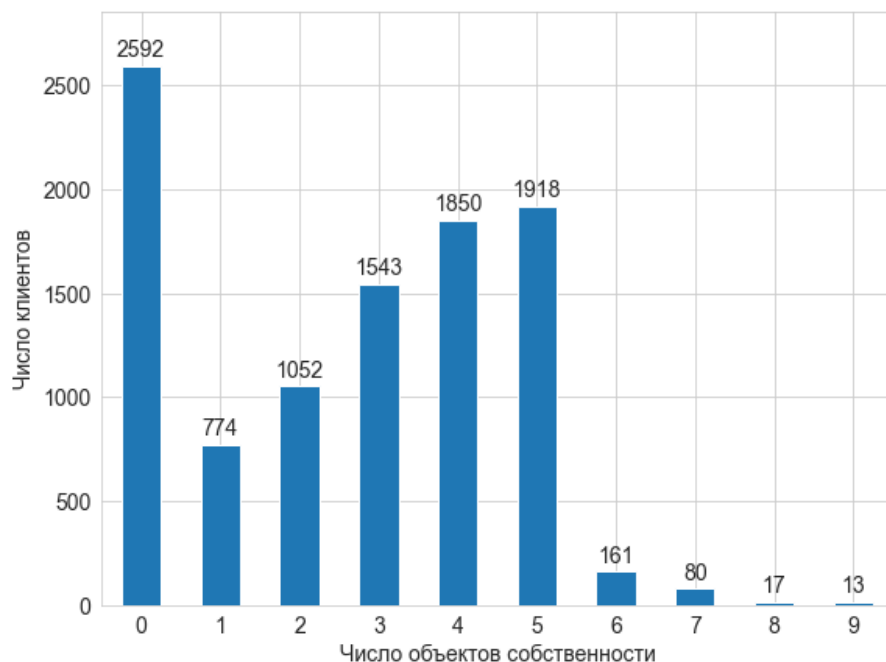
Отток в разных городах



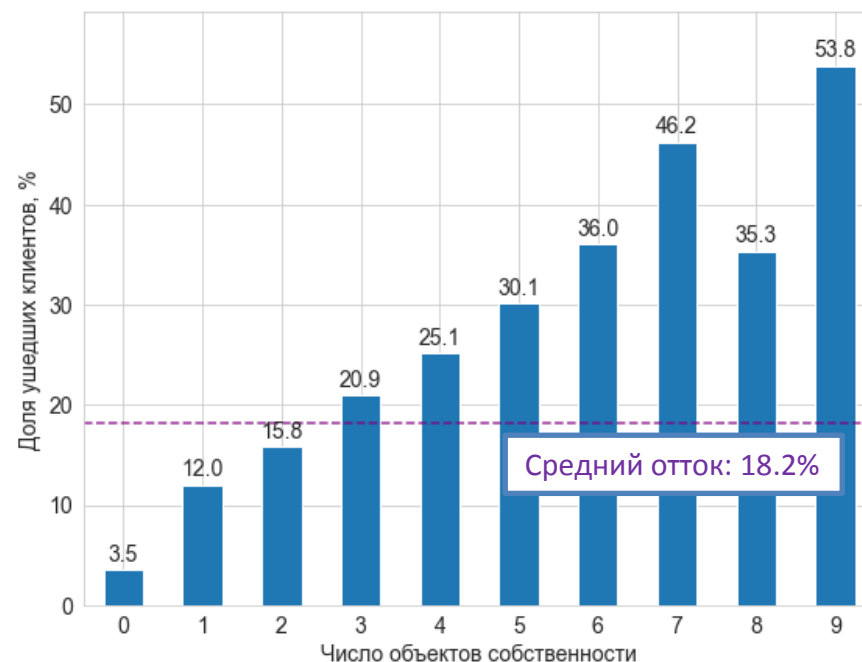
Отток клиентов в Ростове и Ярославле практически не отличается от среднего по банку и составляет 18.8 и 19.0%. В Рыбинске отток несколько ниже среднего – 16.2%.

Связь показателя оттока с числом объектов собственности у клиента

Число клиентов по количеству объектов собственности



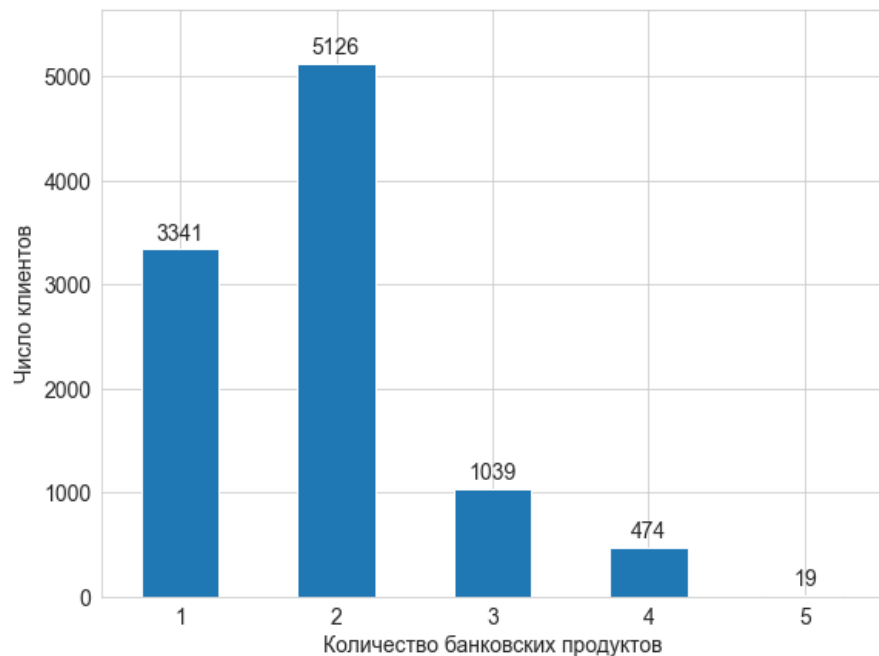
Отток в зависимости от числа объектов собственности



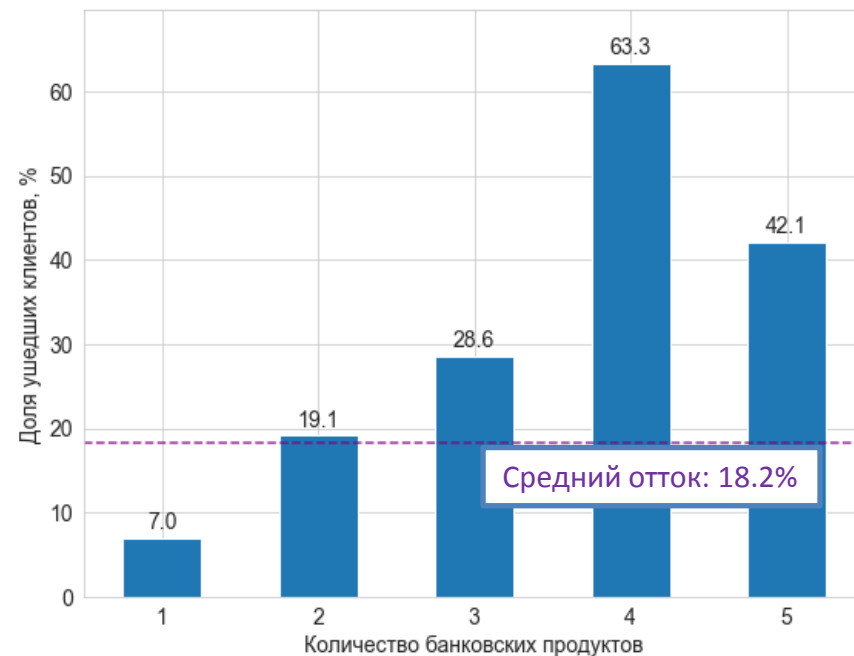
Клиенты с 3-5 объектами собственности имеют показатель оттока выше, чем в среднем по банку (от 20.9 до 30.1%). Клиентов с количеством объектов >6 сравнительно мало, поэтому отток в этих группах нельзя назвать репрезентативным. В целом, чем больше число объектов собственности, тем более склонны клиенты покидать банк.

Связь показателя оттока с числом банковских продуктов у клиента

Число клиентов по количеству банковских продуктов



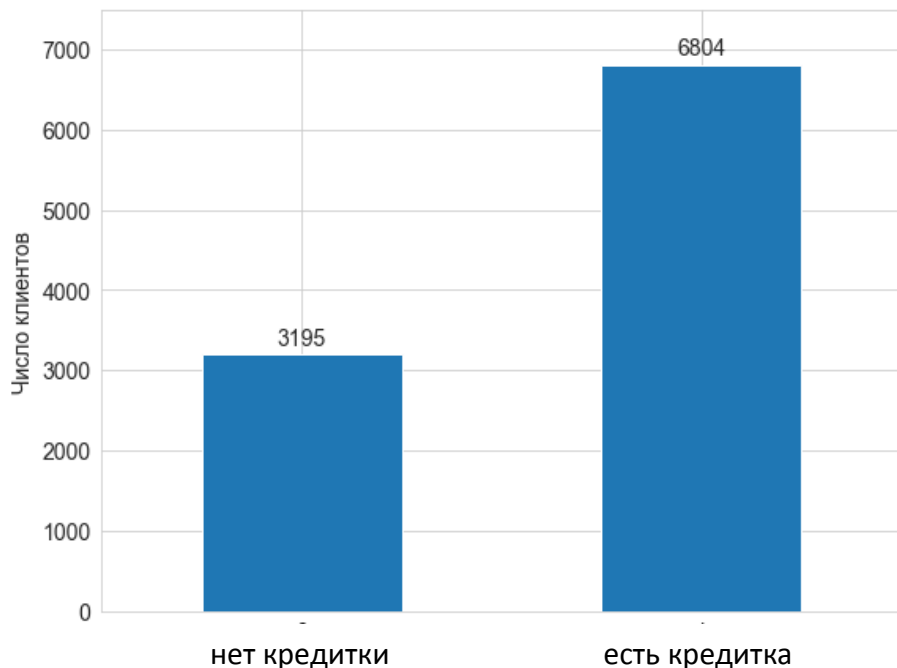
Отток в зависимости от количества банковских продуктов



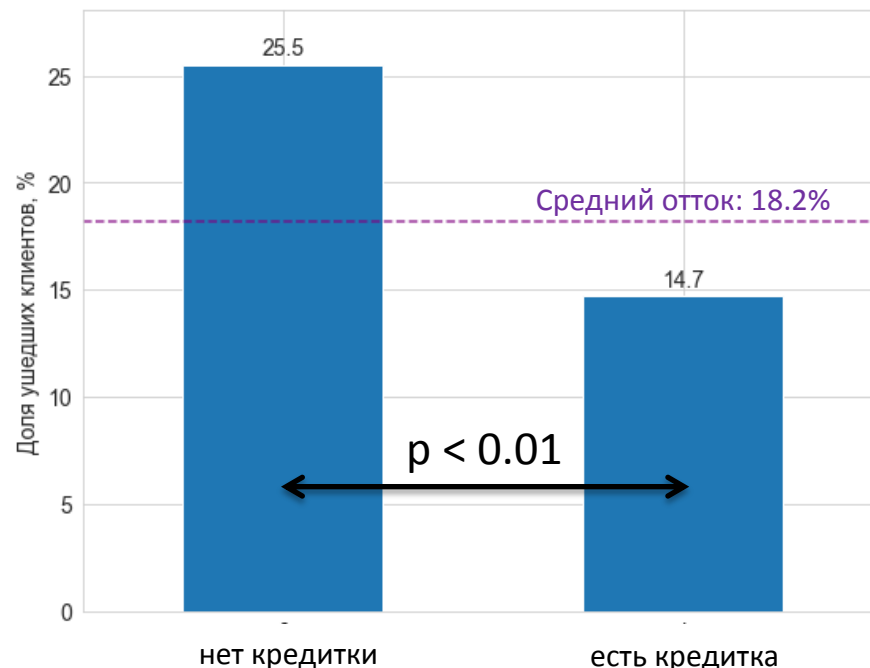
Клиенты у которых 2-4 банковских продукта покидают банк чаще, чем те у которых только 1 продукт (отток 19.1-63.3% против 7.0%). Данные по клиентам с 5-ю продуктами не репрезентативны в виду малого числа таких клиентов.

Связь показателя оттока с наличием у клиентов кредитной карты

Число клиентов по признаку наличия кредитной карты



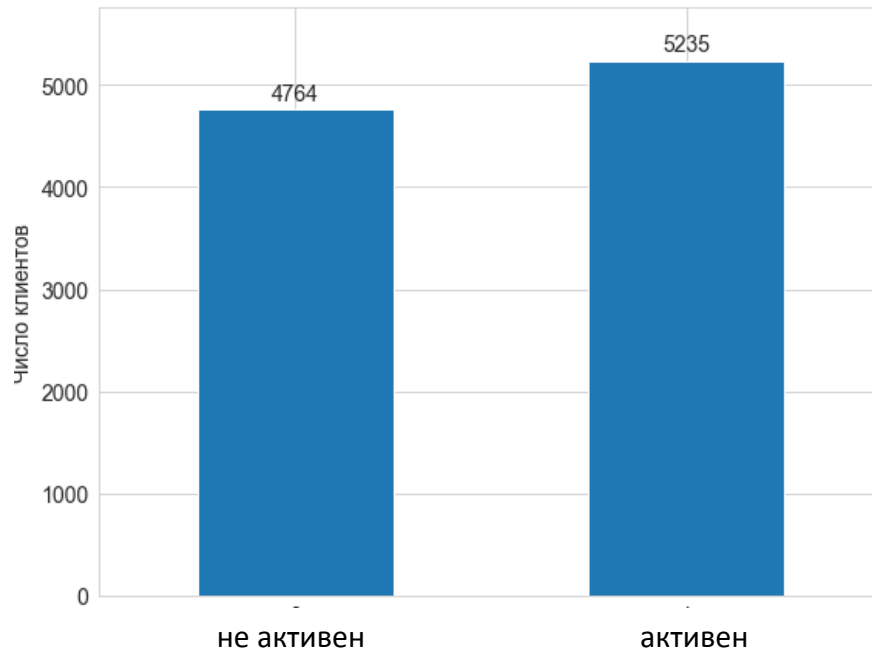
Отток среди клиентов с/без кредитной карты



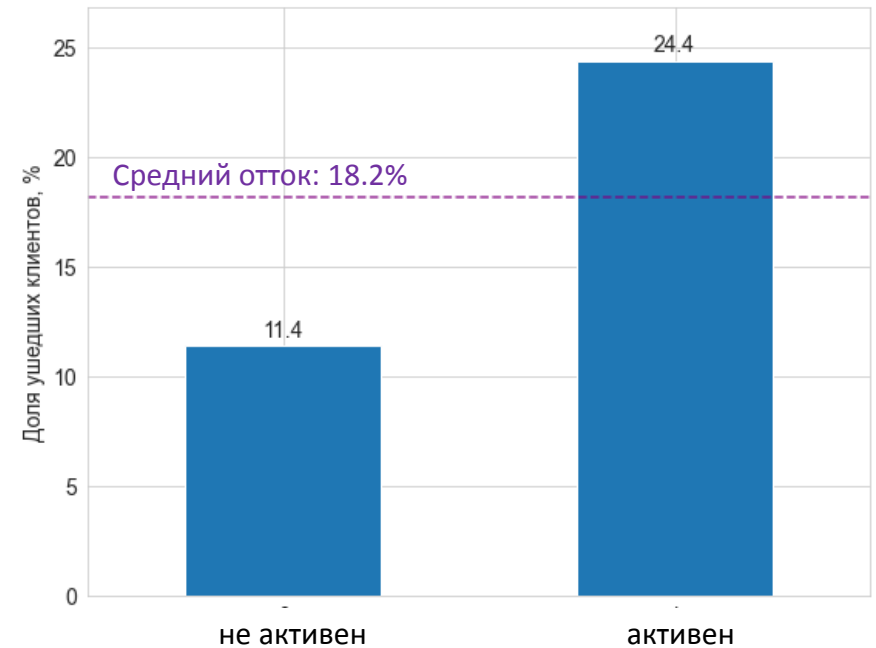
Клиенты без кредитной карты уходят достоверно ($p < 0.01$, двухсторонний биномиальный критерий) чаще чем те, у кого есть кредитка – 25.5 и 14.7% оттока, соответственно.

Связь показателя оттока с активностью клиентов

Число клиентов по признаку активности



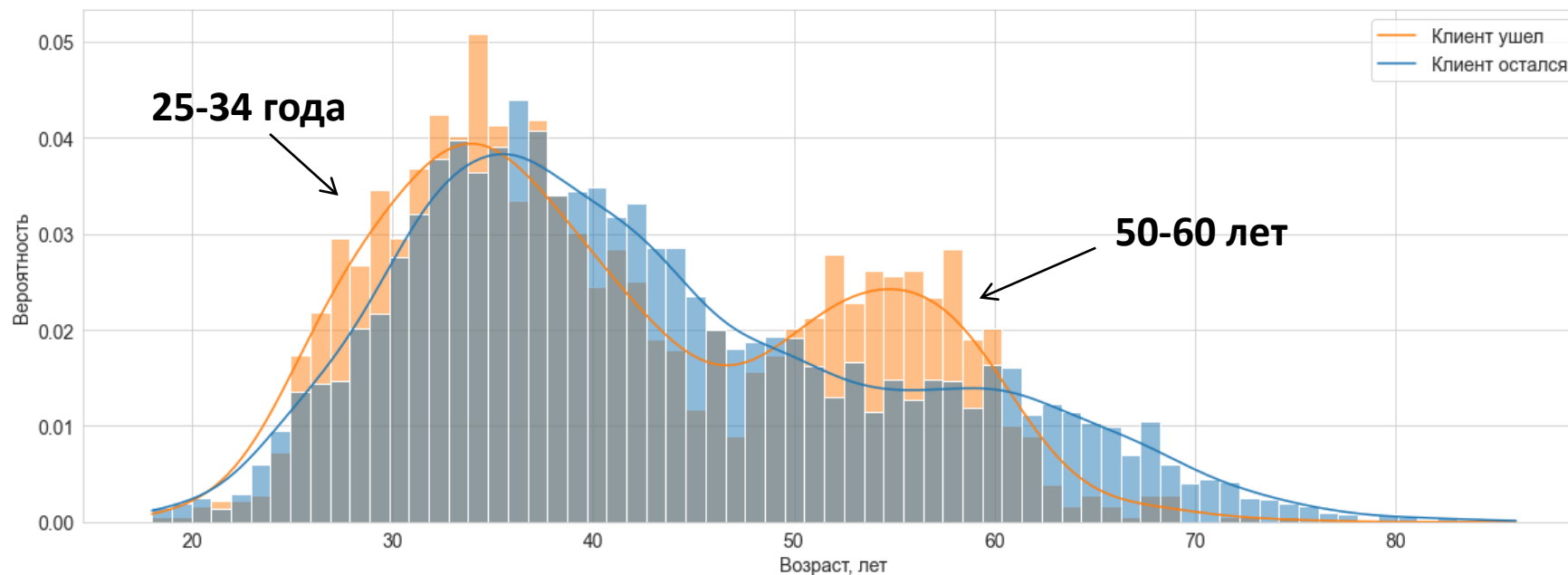
Отток клиентов по признаку активности



Активные клиенты более склонны уходить чем неактивные - отток 24.4 и 11.4 %, соответственно.

Связь показателя оттока с возрастом клиентов

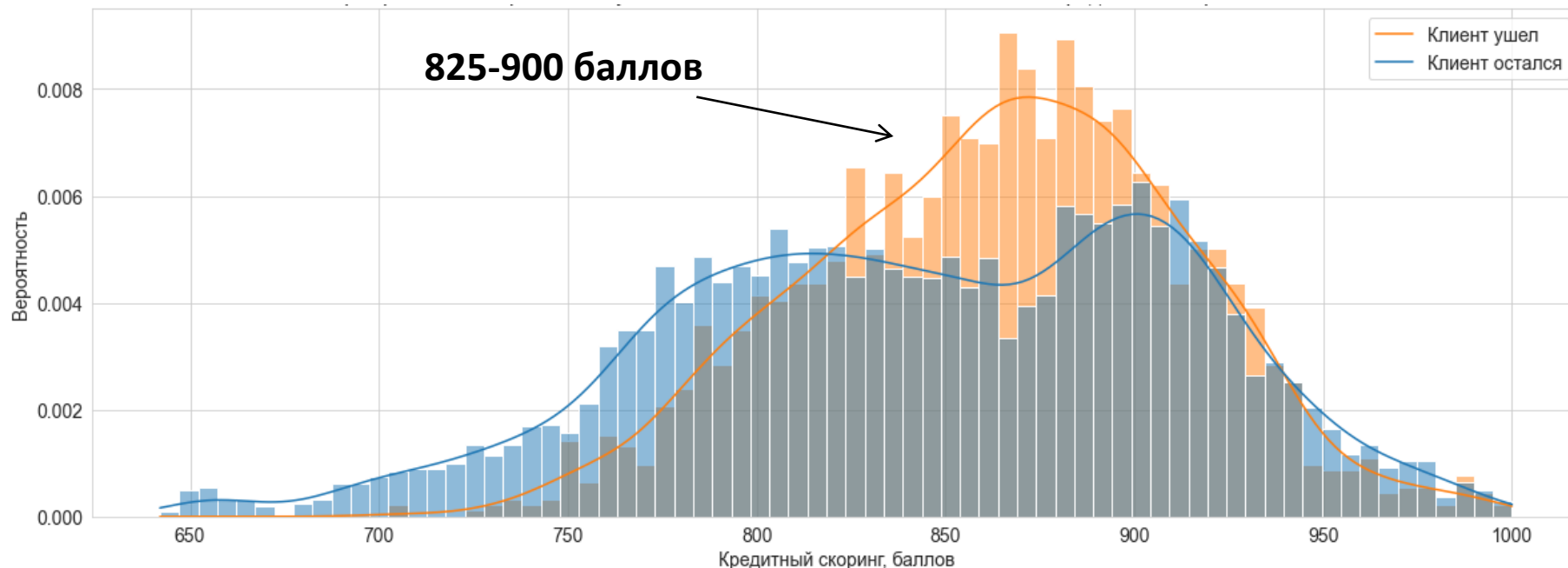
Два возрастных диапазона с повышенным оттоком



Возрастной диапазон	Количество клиентов	Отток, %
25-34 года	2667	22.2
50-60 лет	1768	26.5
другие	5564	13.7

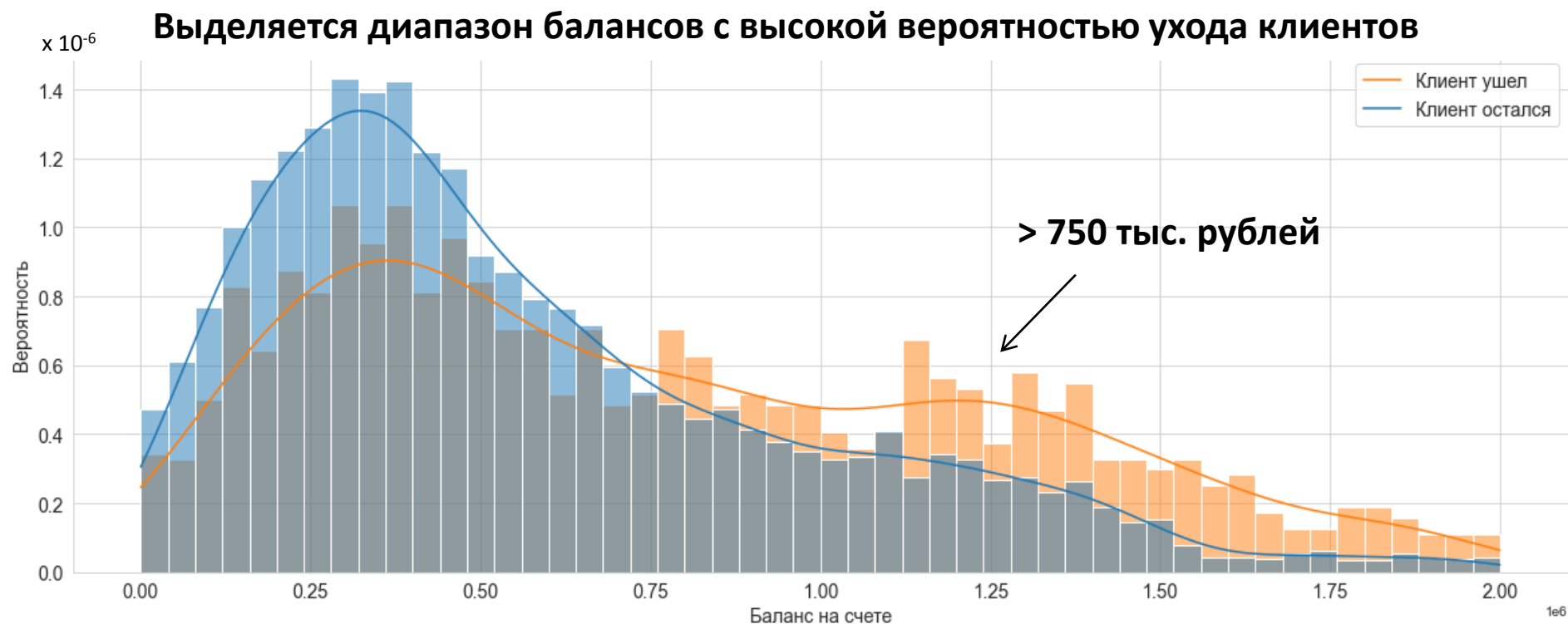
Связь показателя оттока с кредитным скорингом

Диапазон кредитных скорингов с высокой вероятностью ухода клиентов



Кредитный скоринг	Количество клиентов	Отток, %
825-900	3955	25.0
другие	6044	13.8

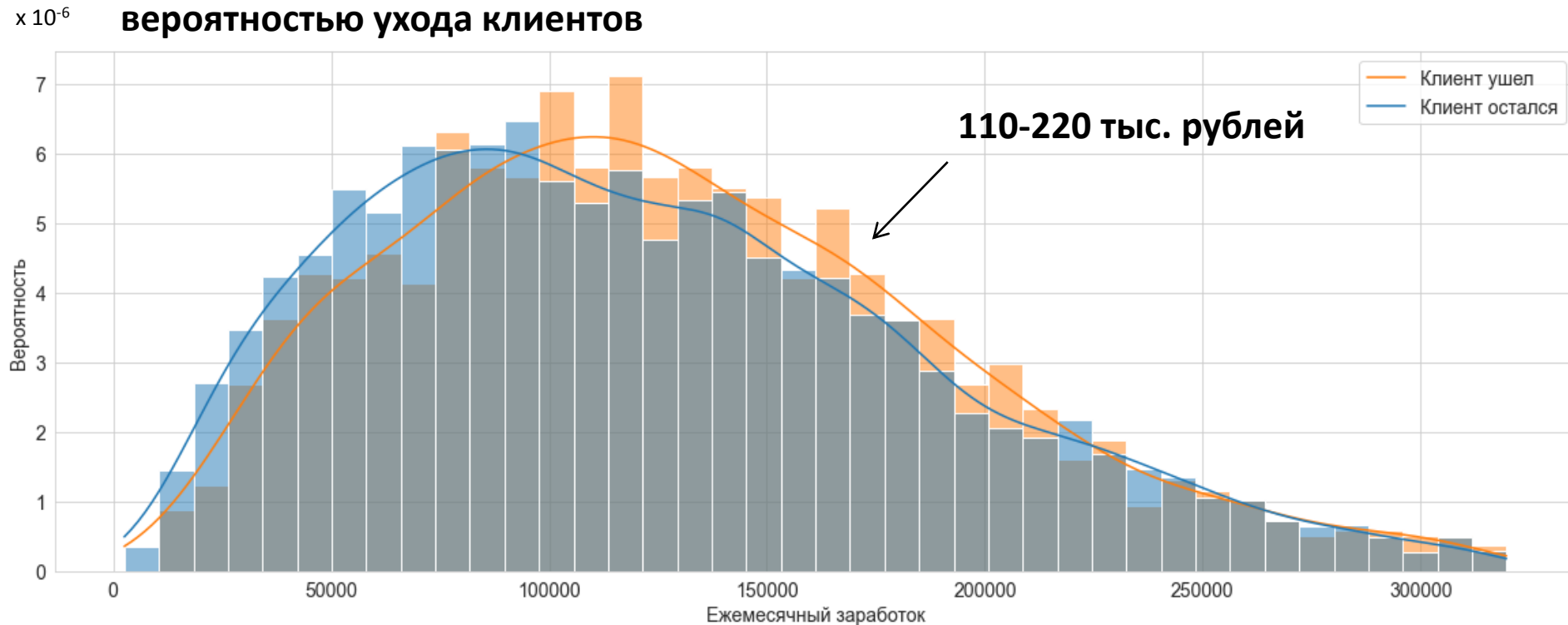
Связь показателя оттока с балансом на счёте клиента



Баланс, тыс. руб	Количество клиентов	Отток, %
больше 750	2704	34.8
меньше 750	7295	12.0

Связь показателя оттока с ежемесячным доходом

Выделяется диапазон ежемесячного дохода с несколько повышенной вероятностью ухода клиентов



Доход, тыс. руб	Количество клиентов	Отток, %
110-220	4176	20.5
другой	5823	16.6

«Портреты» уходящих и остающихся клиентов

Признак	Остающиеся клиенты	Уходящие клиенты	Разница, %
Средний возраст, лет	43	41	-4.7
Медианный баланс на счете, тыс. рублей	475 382	782410	+64.6
Город	Ярославль	Ярославль	-
Наличие кредитной карты	1	1	-
Число объектов собственности	3	4	+33.3
Средняя зарплата, тыс. рублей	147 783	148 311	0.4
Пол	Ж	М	-
Активный клиент	0	1	-
Число банковских продуктов	2	2	0
Средний кредитный рейтинг	845	863	+2.1

Признаки, демонстрирующие корреляцию с оттоком

Признак	Коэффициент корреляции, Φ_k	Сила связи по шкале Чеддока
Число объектов собственности	0.35	умеренная
Активность	0.26	слабая
Число банковских продуктов	0.26	слабая
Кредитный скоринг	0.23	слабая
Пол клиента	0.22	слабая
Наличие кредитной карты	0.20	слабая
Возраст	0.18	слабая

Целевые сегменты для работы по снижению оттока

Сегмент 1. Клиенты в возрасте 25-34 года, без кредитной карты, имеющие 2-4 банковских продукта (628 человек, отток 41%).

Особенности сегмента:

Клиенты с таким профилем - это люди, среди которых есть молодые родители, люди увлекающиеся спортом (или имеющие другие хобби), получающие образование, заинтересованные в потреблении товаров и услуг.

Рекомендации по удержанию:

1. Предложить кредитную карту с длительным беспроцентным периодом с самой простой мотивацией - осуществить свои мечты (дом/хобби/увлечения/образование/путешествия).
2. Напомнить через банковское приложение о возможности взять ипотеку в банке.
3. Предложить повышенный кэшбэк по дебетовой карте в одной или нескольких из интересующих категорий при условии некоторых минимальных трат по карте каждый месяц.
4. Предложить открыть накопительный счет/вклад для создания "подушки безопасности", чтобы откладывать деньги на образование для детей или на отдых/ремонт и т.п.
5. Предложить оформить договор брокерского обслуживания с целью долгосрочных инвестиций для формирования капитала

Целевые сегменты для работы по снижению оттока

Сегмент 2. Клиенты в возрасте 50-60 лет, с балансом свыше 750 тыс. рублей, имеющие 3-5 объектов собственности (отток 44%, 538 человек)

Особенности сегмента:

Состоятельные люди в предпенсионном возрасте. Для них приоритетом может быть сохранение или увеличение объема финансовых накоплений перед завершением трудовой деятельности, а также сохранение и защита имеющихся объектов собственности.

Рекомендации по удержанию:

1. Уведомить о том, что банк предлагает услуги страхования здоровья, жилья, автострахование.
2. Предложить клиентам повышение ставки по долговременному депозиту при оформлении договора страхования. Цель – сохранение и приумножение накоплений, защита от инфляции.
3. Предложить брокерское обслуживание: инвестиции в низкорисковые ценные бумаги - облигации, инвестиционные фонды с невысоким риском.

Целевые сегменты для работы по снижению оттока

Сегмент 3. Активные клиенты-мужчины с кредитным скорингом 825-900 баллов (отток 45%, 925 человек).

Рекомендации по удержанию:

1. Руководствуясь величиной кредитного скоринга клиента, в банковском приложении можно отобразить сумму кредита, на которую может претендовать клиент в данном банке.
2. Предложить открытие металлического или мультивалютного счета.
3. Предложить дебетовую карту с повышенным кэшбеком на товары/услуги, которыми часто пользуются мужчины - например на автотовары/АЗС/товары для спорта/технику.