

Уровень потребительской лояльности (NPS)

На основе данных
из базы данных telecomm_csi.db

ОГЛАВЛЕНИЕ:

1. Описание исследования	слайд 3
2. Уровень NPS	слайд 4
3. Возраст опрошенных:	
3.1. Количество клиентов по возрастным категориям	слайд 6
3.2. Распределение групп NPS по возрастным категориям	слайд 7
4. Половая принадлежность опрошенных:	
4.1. Количество опрошенных в зависимости от пола	слайд 9
4.2. Распределение групп NPS по полу	слайд 10
5. «Новизна» опрошенных:	
5.1. Количество «старых» и «новых» клиентов	слайд 12
5.2. Распределение групп NPS в зависимости от «новизны» клиента	слайд 13
6. Географическое распределение клиентов:	
6.1. Количество опрошенных по городам	слайд 15
6.2. Города-лидеры по количеству «сторонников» и «критиков»	слайд 16
7. Наиболее и наименее лояльные группы опрошенных	слайд 17
8. Выводы	слайд 18

1. Описание исследования

Цель исследования: проанализировать уровень потребительской лояльности (NPS) телекоммуникационной компании по результатам опроса клиентов.

Клиенты разделены на 3 группы в зависимости от уровня лояльности: «сторонники», «нейтралы», «критики».

Итоговое значение NPS рассчитывалось по формуле: $\% \text{ «сторонников»} - \% \text{ «критиков»}$.

Ответственное лицо: Жабина Анна, ann.zh.bk@gmail.com

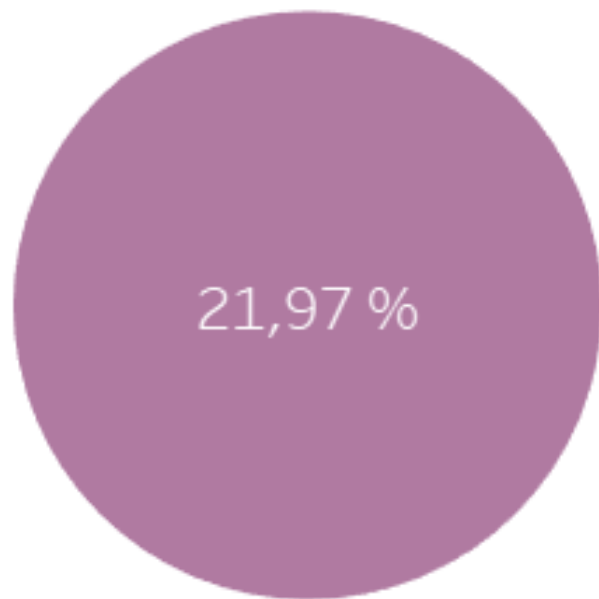
Дата проведения исследования: 11 ноября 2022

Ссылка на дашборд:

https://public.tableau.com/app/profile/ann.zh5606/viz/Assembled_project2_v7/Dashboard1?publish=yes

2. Уровень NPS

Общий NPS



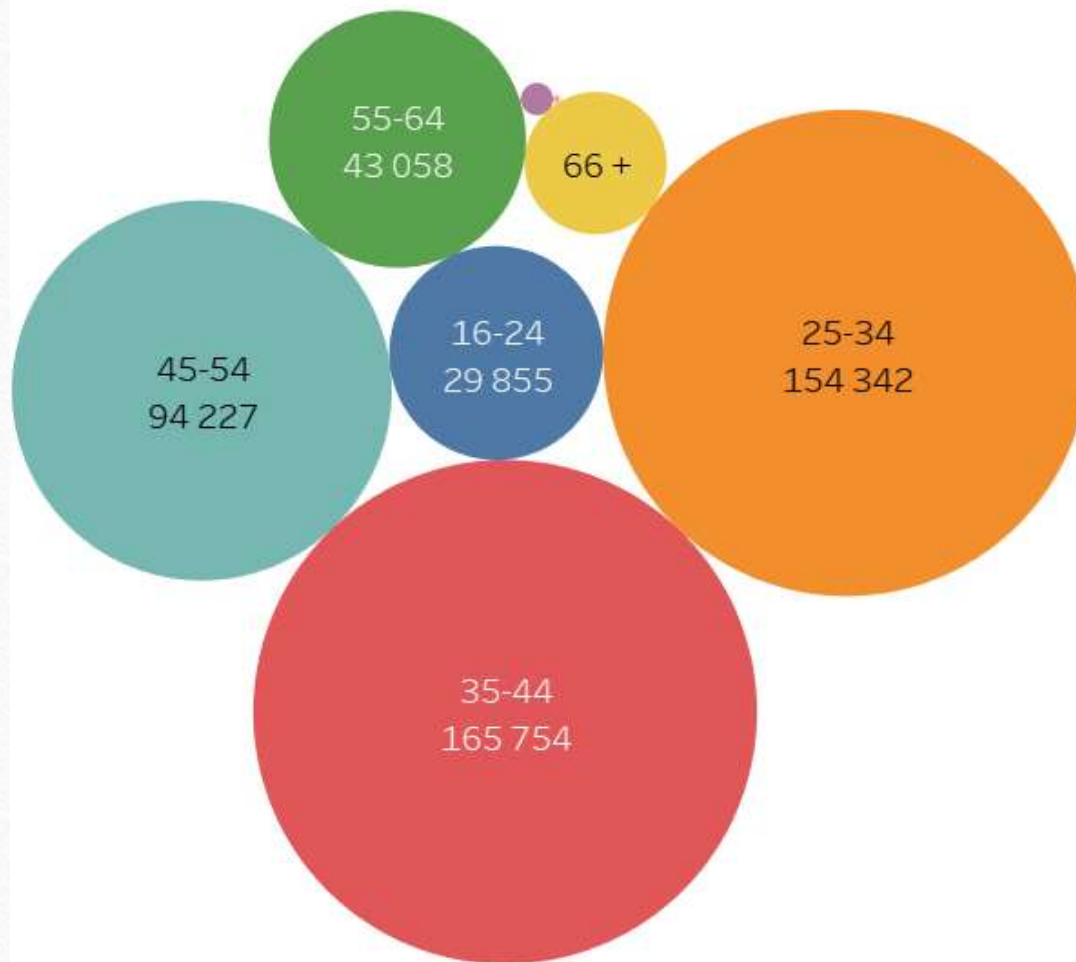
Доля групп NPS



- По результатам опроса общий уровень NPS составил почти 22%;
- Более половины опрошенных являются «сторонниками» компании.

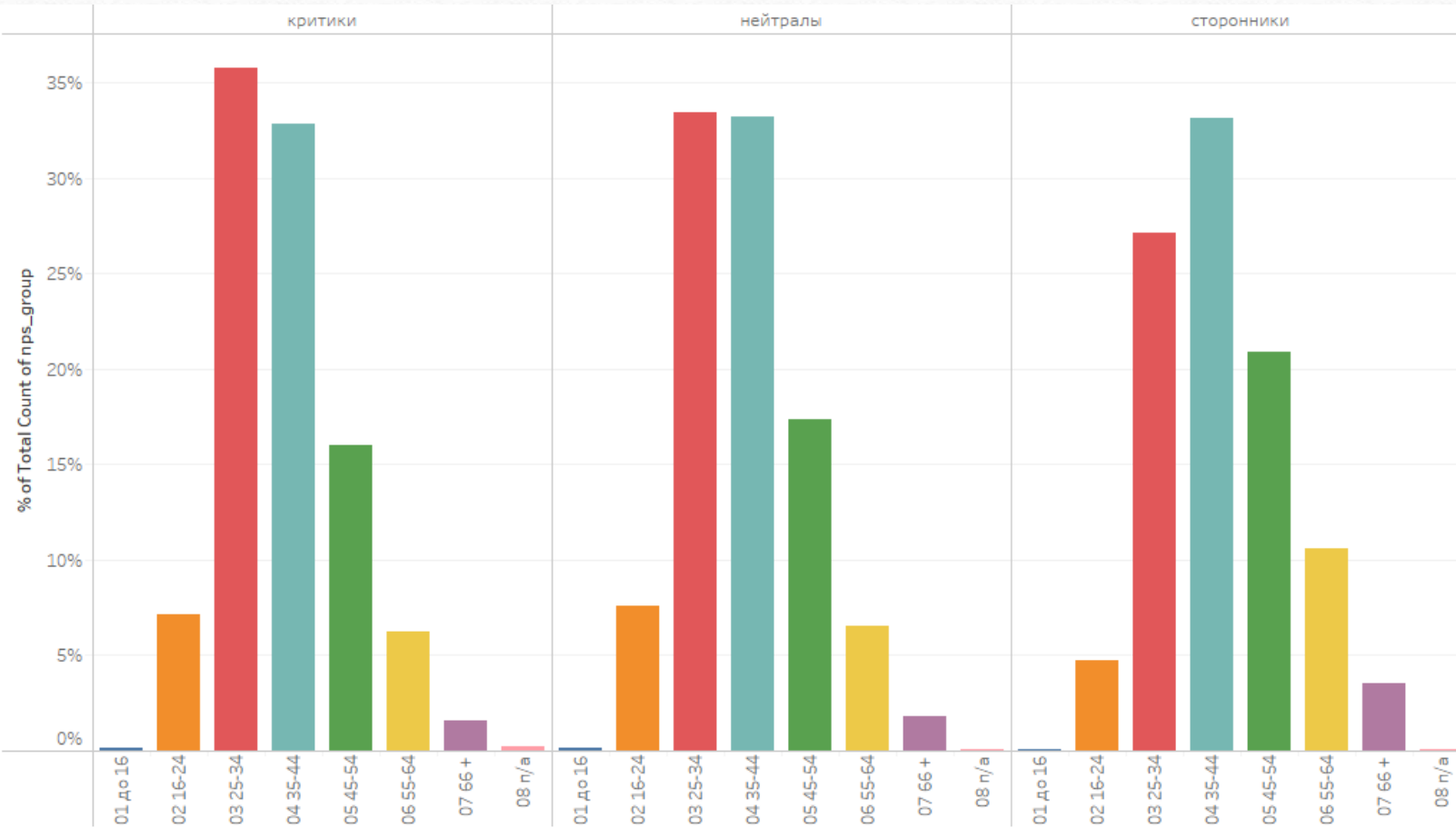
3. Возрастные категории опрошенных

3.1. Количество клиентов по возрастным категориям



- Две категории-лидеры количественно мало различаются между собой: категория от 35 до 44 лет представлена 165933 клиентами, а категория от 25 до 34 лет – 154800;
- Примерно одна пятая клиентов приходится на возрастную категорию от 45 до 54 лет;
- Остальные 5 категорий в совокупности дают 20% клиентов.

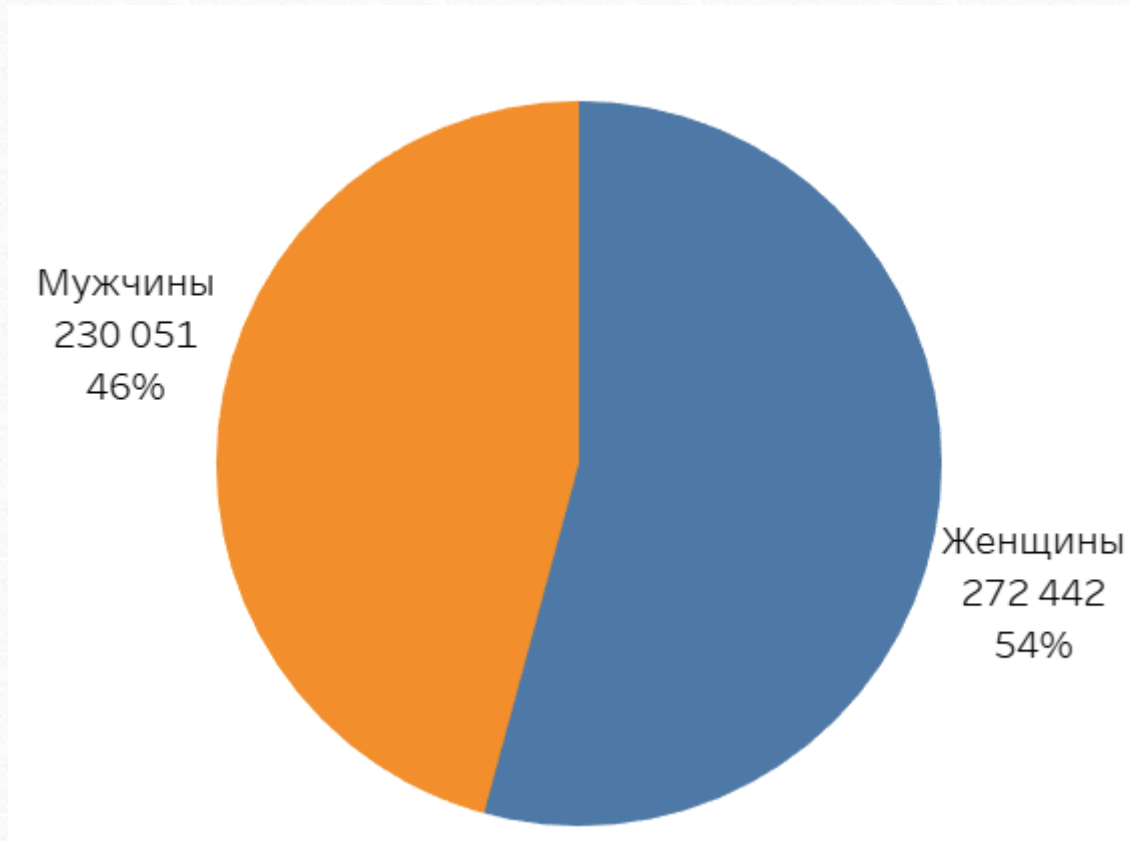
3.2. Распределение групп NPS по возрастным категориям



- Распределение по возрастным группам среди «критиков» и «нейтралов» аналогично: с небольшим отрывом лидирует категория 25-34, за ней следует категория 35-44;
- Среди «сторонников» больше всего представителей категории 35-44. Также доля людей старше 45 лет выше, чем среди «критиков» и «нейтралов».

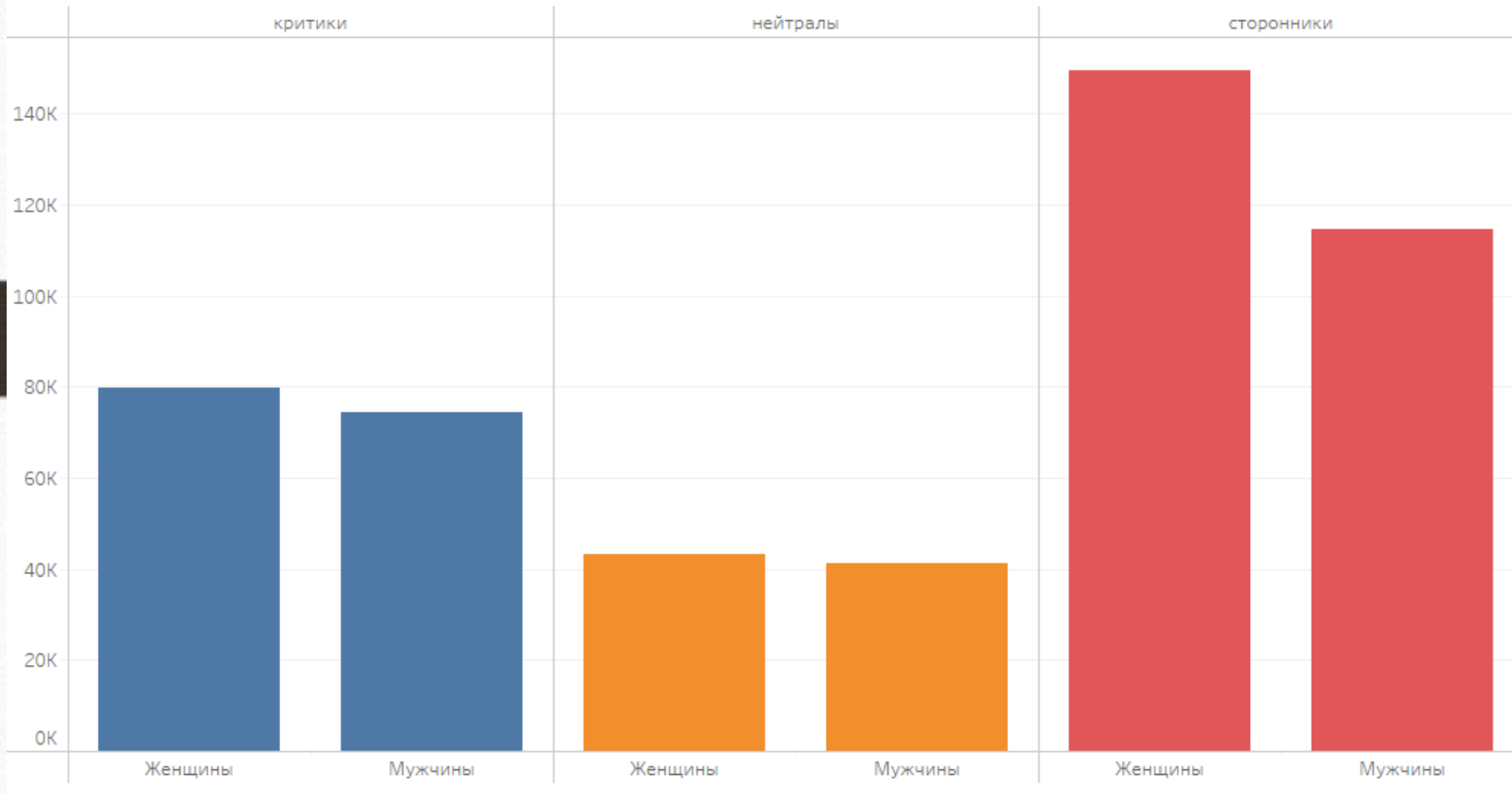
4. Половая принадлежность опрошенных

4.1. Количество опрошенных в зависимости от пола



Женщины-респондентки чаще отвечали на изучаемый нами опрос: их количество примерно на 8% больше, чем количество мужчин-респондентов.

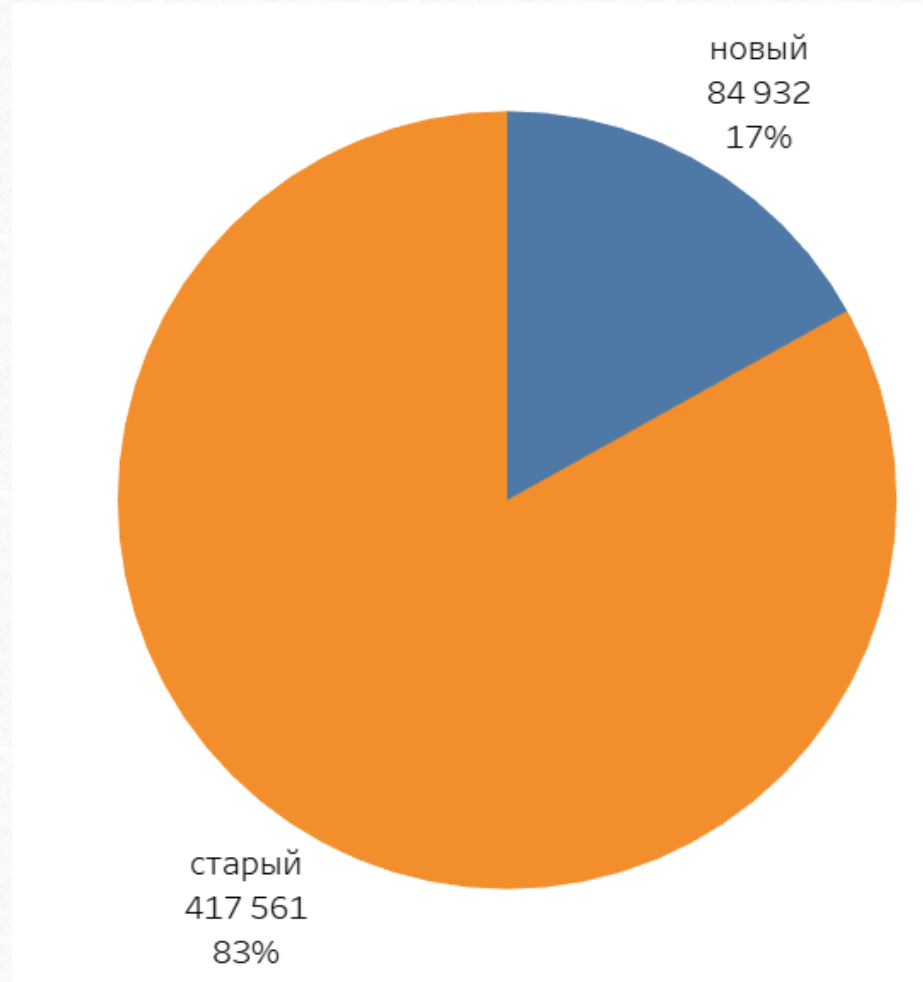
4.2. Распределение групп NPS по полу



- Общий патерн распределения у обоих полов совпадает: и среди мужчин, и среди женщин больше всего «сторонников», затем следуют «критики», в конце располагаются нейтралы. Женщины преобладают в каждой группе ;
- Женщин-«сторонников» очевидно больше, чем мужчин-«сторонников».

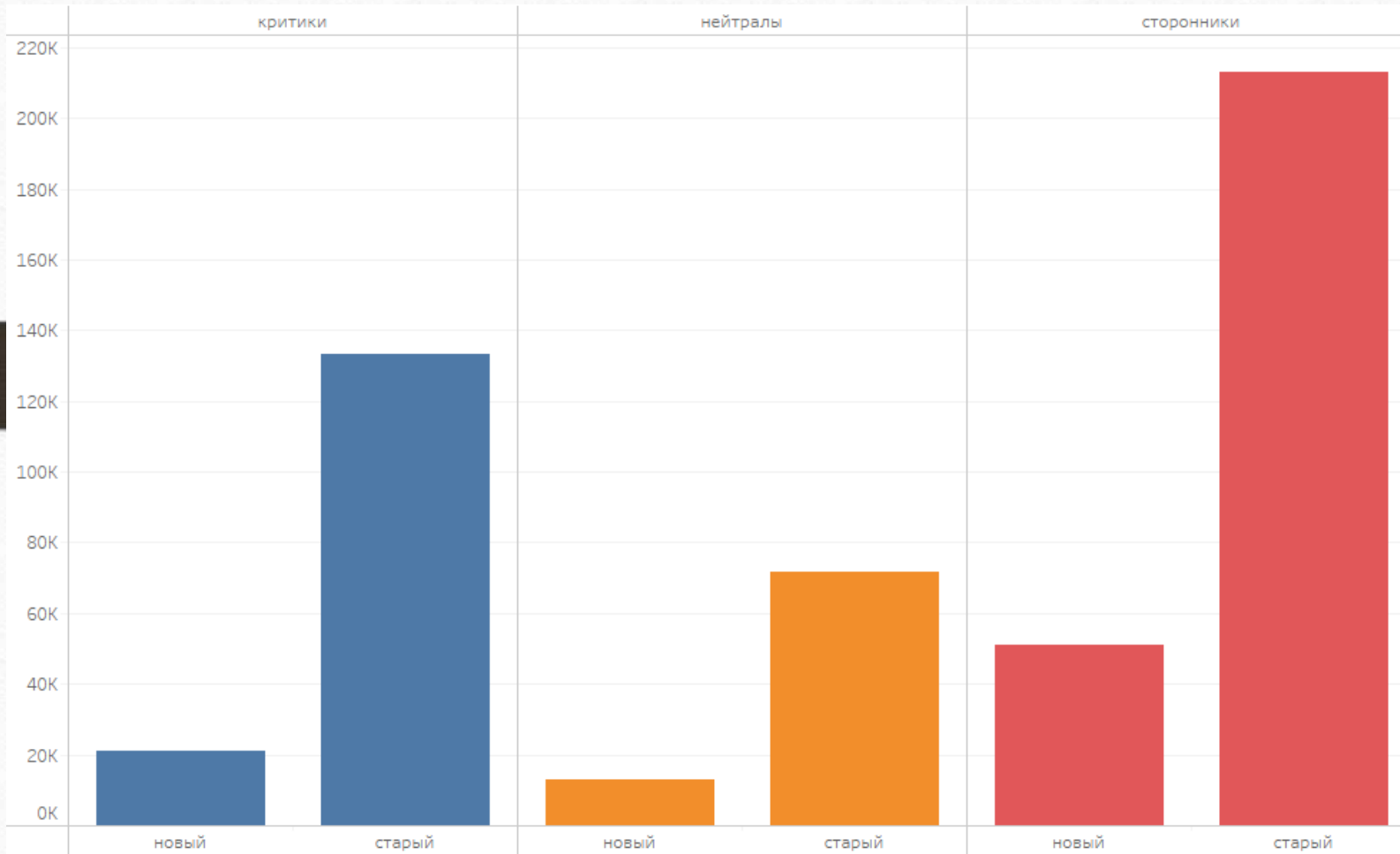
5. Категорія «новизна клієнта»

5.1. Количество «старых» и «новых» клиентов



«Новые» клиенты составляют примерно пятую часть от общего количества клиентов.

5.2. Распределение групп NPS в зависимости от «новизны» клиента

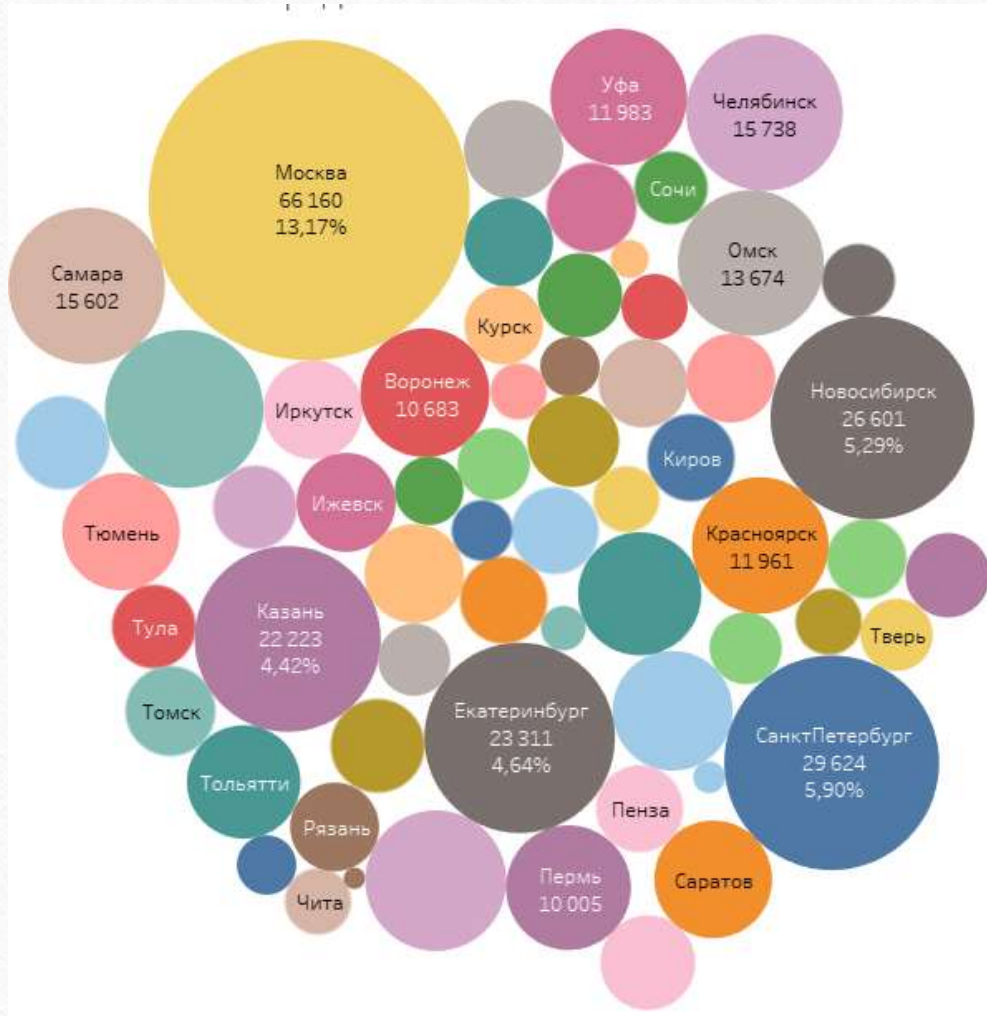


- Распределение среди «новых» и «старых» клиентов похоже на общий паттерн: больше всего «сторонников», затем следуют «критики», в конце располагаются нейтралы;

- «Старые» клиенты преобладают в каждой группе. Особенно велика их доля среди «сторонников».

6. Географическое распределение клиентов

6.1. Количество опрошенных по городам



- Вполне предсказуемо, что количество опрошенных прямо пропорционально количеству жителей города – в крупных городах опрошенных больше;
- Каждый десятый опрошенный проживает в Москве, а каждый двадцатый – в Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге, Казани.

6.2. Города-лидеры по количеству «сторонников» и «критиков»

города с 60% сторонников

city	True
Архангельск	Abc
Волжский	Abc
Иваново	Abc
Краснодар	Abc
Курск	Abc
Магнитогорск	Abc
Новокузнецк	Abc
Саранск	Abc
Тула	Abc
Череповец	Abc

города с 35% критиков

city	True
Барнаул	Abc
Воронеж	Abc
Кемерово	Abc
Пенза	Abc
Рязань	Abc
Тверь	Abc
Тольятти	Abc
Томск	Abc
Тюмень	Abc
Уфа	Abc
Хабаровск	Abc
Чебоксары	Abc
Челябинск	Abc
Чита	Abc

- Лидерами по количеству «сторонников» и «критиков» являются города среднего размера, не мегаполисы;
- В 10 городах доля «сторонников» превышает 60%, в Череповце и Иваново их больше 65%;
- В 14 городах доля «критиков» выше 35%. Ни в одном городе этот показатель не превышает 40%;
- Интересно, что «сторонников» больше в европейской части РФ, тогда как «критиков» больше за Уралом. Возможно это связано с качеством трансляции в отдалённых регионах.

Наиболее и наименее лояльные группы опрошенных

gender_segme..	age_segme..	1	2	3	4-6	7-12	13-24	25-36	36+
Женщины	01 до 16		0,500	0,111	0,222	0,200	0,018	0,077	-0,106
	02 16-24		0,245	0,236	0,271	0,165	0,087	0,020	-0,066
	03 25-34	1,000	0,316	0,360	0,320	0,291	0,214	0,145	0,028
	04 35-44	0,333	0,451	0,432	0,449	0,391	0,332	0,278	0,175
	05 45-54	1,000	0,517	0,585	0,547	0,485	0,438	0,360	0,300
	06 55-64		0,645	0,555	0,585	0,583	0,519	0,476	0,418
	07 66 +		0,540	0,532	0,537	0,641	0,565	0,560	0,536
	08 н/а	1,000				1,000	0,500	-0,333	-0,286
Мужчины	01 до 16		0,000	0,357	0,059	0,000	0,041	-0,092	-0,287
	02 16-24		0,182	0,211	0,206	0,187	0,059	-0,031	-0,104
	03 25-34	0,000	0,286	0,291	0,275	0,237	0,154	0,088	-0,042
	04 35-44	0,333	0,372	0,400	0,376	0,369	0,309	0,218	0,101
	05 45-54	1,000	0,537	0,494	0,418	0,449	0,376	0,312	0,223
	06 55-64	1,000	0,394	0,540	0,572	0,470	0,427	0,392	0,335
	07 66 +		0,674	0,697	0,574	0,544	0,473	0,387	0,437
	08 н/а	0,000	-1,000		-0,500	-1,000	-0,333	-1,000	-0,538

Больше всего доля «сторонников» среди следующих групп:

- женщины, являющиеся клиентами 1 месяц, в возрасте 24-34, 45-54 и без указания возраста;
- женщины, являющиеся клиентами от 7 до 12 месяцев без указания возраста;
- мужчины, являющиеся клиентами 1 месяц, в возрасте 45-64;
- мужчины, являющиеся клиентами 2-3 месяца, в возрасте 66+;

«Критики» чаще встречаются в следующих группах:

- женщины, являющиеся клиентами 25 и более месяцев, без указания возраста;
- женщины, являющиеся клиентами более 36 месяцев, в возрасте от 0 до 24 лет;
- мужчины без указания возраста;
- мужчины, являющиеся клиентами более 36 месяцев, в возрасте до 16 лет;
- Мужчины, являющиеся клиентами более 36 лет, в возрасте от 16 до 24 и мужчины, являющиеся клиентами 25-36 месяцев, в возрасте до 16 лет.

ВЫВОДЫ

- Общий уровень NPS составляет 21,9%;
- Доля «сторонников» превышает 50% от общего числа опрошенных;
- Две трети опрошенных принадлежат к возрастной категории от 25 до 44 лет;
- Клиенты в возрасте от 25 до 34 лет чаще «критикуют» компанию. Клиенты в возрасте от 35 до 44 лет чаще являются «сторонниками» компании;
- Среди опрошенных женщин на 8% больше, чем мужчин;
- Женщины чаще бывают «сторонниками» компании;
- Каждый пятый клиент является «новым»;
- «Новизна» клиента не влияет на его лояльность;
- Более трети опрошенных проживает в 5 городах: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань;
- Наиболее лояльные клиенты проживают в следующих городах: Иваново, Череповец, Архангельск, Волжский, Краснодар, Курск, Магнитогорск, Новокузнецк, Саранск, Тула.

Спасибо за уделённое внимание!