

Телекоммуникационная компания

Определение уровня потребительской лояльности

14.03.2022

Автор: Шестаков Михаил Сергеевич
bond1982shestackov@yandex.ru

Оглавление

- Цели исследования
- Общие выводы
- Общая статистика
- Количество опрошиваемых по городам
- NPS по городам
- Количество опрошиваемых по возрастным категориям
- NPS по возрастным категориям
- Количество опрошиваемых по полу
- NPS по полу
- Количество опрошиваемых по сроку жизни клиента
- NPS по сроку жизни клиента
- Описание интерфейса дашборда

Цели исследования

- Определить, как распределены участники опроса по возрасту и полу;
- Определить, каких пользователей больше: новых или старых;
- Определить, пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе;
- Определить, какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису;
- Определить общий NPS среди всех опрошенных;
- Описать клиентов, которые относятся к группе сторонников.

Общие выводы

- Общее количество опрошенных – 501 152;
- Общий NPS – 22,0%;
- Наибольшую активность проявили клиенты:
 - по возрастной категории: 25-44 года;
 - по половой принадлежности: женщины;
 - пользующиеся услугами компании более года;
 - проживающие в городах-миллионниках;
- Наиболее лояльны к сервису клиенты:
 - по возрастной категории: 66+;
 - по половой принадлежности: женщины;
 - пользующиеся услугами компании менее года;
- К сторонникам сервиса относятся клиенты предпенсионного или пенсионного возраста, пользующиеся сервисом менее года, преимущественно женщины.

Общая статистика

Общее число опрошенных в рамках исследования клиентов компании по всем городам.

501 152

Общий NPS, полученный в рамках исследования.

22,0%

Наибольшее количество опрошенных – в городах миллионниках

Количество опрошенных напрямую зависит от количества населения города. Наиболее активны пользователи из Москвы – более чем в два раза больше оценок, чем у занимающего вторую позицию Санкт-Петербурга.

Топ-20 городов по количеству оценок

Город	Количество оценок
Москва	65 972
СанктПетербург	29 533
Новосибирск	26 539
Екатеринбург	23 238
Казань	22 181
НижнийНовгород	16 062
Челябинск	15 705
Самара	15 569
Омск	13 633
РостовнаДону	12 710
Уфа	11 944
Красноярск	11 928
Воронеж	10 664
Пермь	9 987
Волгоград	9 744
Краснодар	9 223
Саратов	8 884
Тюмень	8 836
Тольятти	8 253
Ижевск	6 320

Наибольший NPS – в городах с населением 300-500 тысяч человек

Наибольшее значение NPS наблюдается в городах с относительно небольшим количеством населения. В каждом из топ-5 городов количество жителей не превышает 500 тысяч.

Москва имеет наивысший NPS среди городов-миллионников занимает лишь шестнадцатую позицию в общем списке.

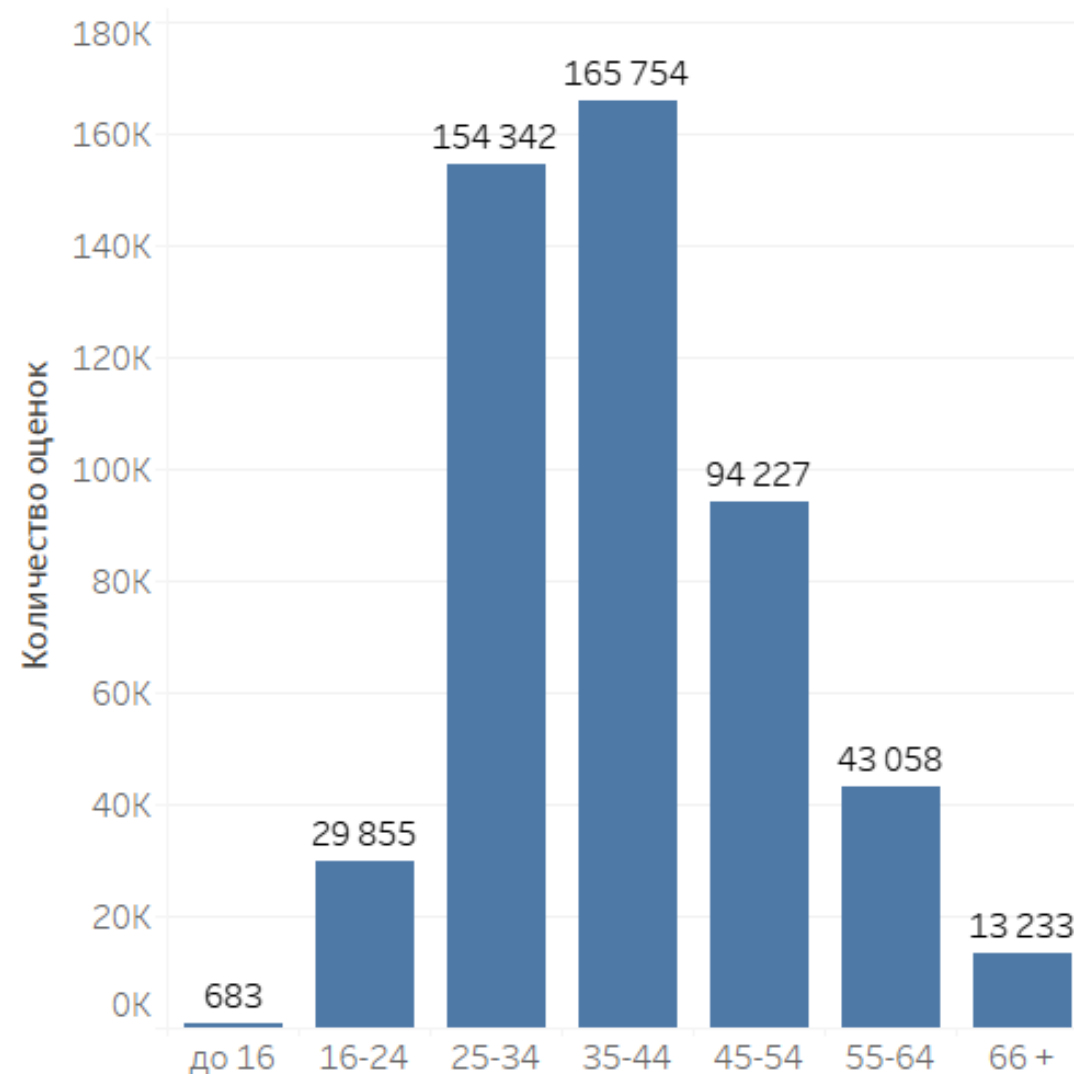
Топ-20 городов по NPS

Город	NPS
Иваново	55,5%
Саранск	51,9%
Череповец	51,6%
Курск	48,2%
Новокузнецк	47,4%
Волжский	47,3%
Магнитогорск	46,0%
Краснодар	43,5%
Архангельск	42,7%
Тула	42,7%
Сургут	41,1%
Ульяновск	39,4%
Москва	36,3%
Ставрополь	36,2%
Оренбург	35,9%
НижнийТагил	35,8%
Калининград	34,5%
Махачкала	34,3%
Астрахань	33,7%
Ижевск	33,1%

Наиболее активны пользователи 25-44 лет

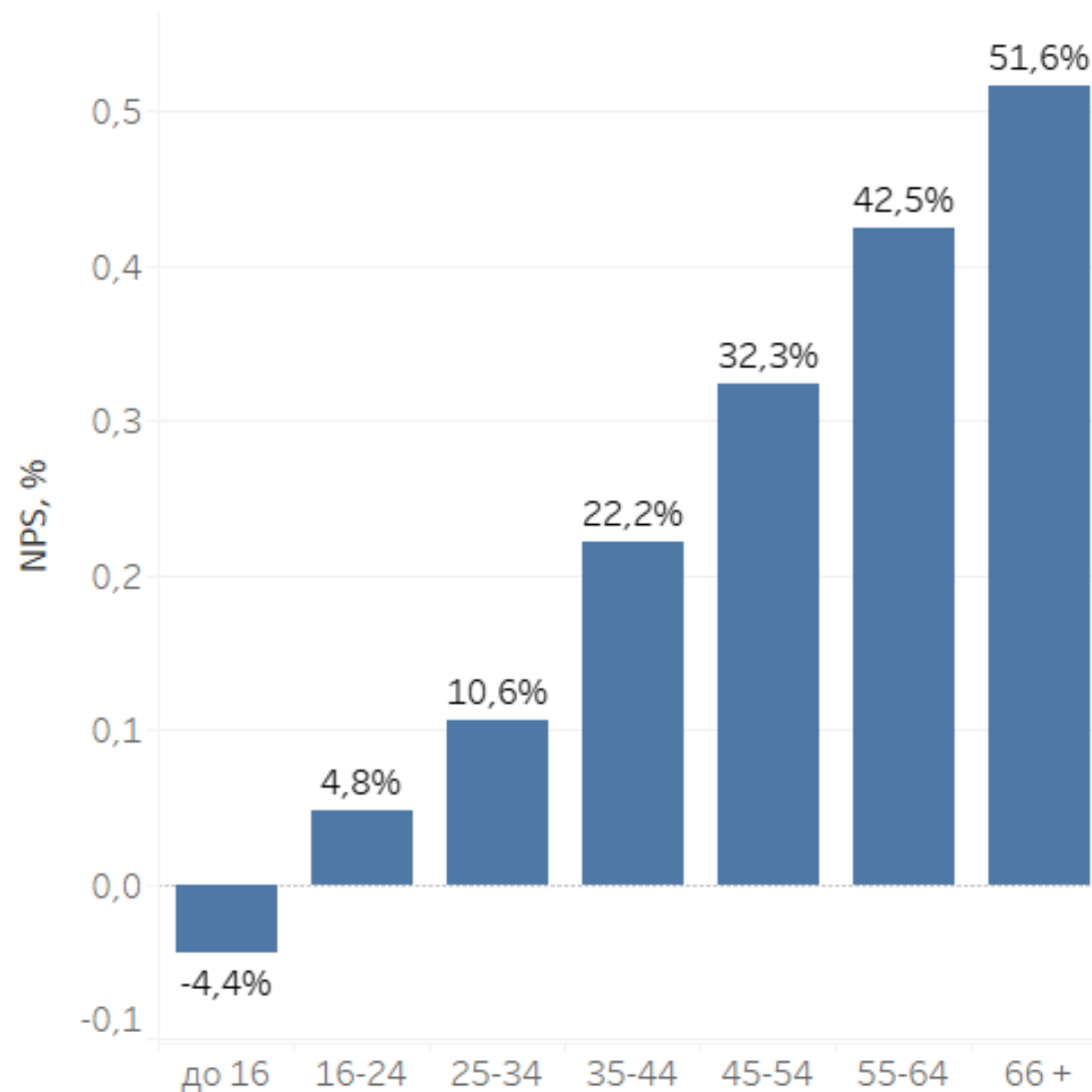
Наибольшее количество опрошенных - пользователи среднего возраста (25-44 лет) – поколения, активно пользующегося современными технологиями как в работе, так и на досуге.

При этом на данный возрастной период, как правило, приходится вступление в брак, рождение и воспитание детей, что способствует проведению досуга дома, в кругу семьи, где одним из наиболее доступных развлечений являются услуги, предоставляемые телекоммуникационными компаниями.



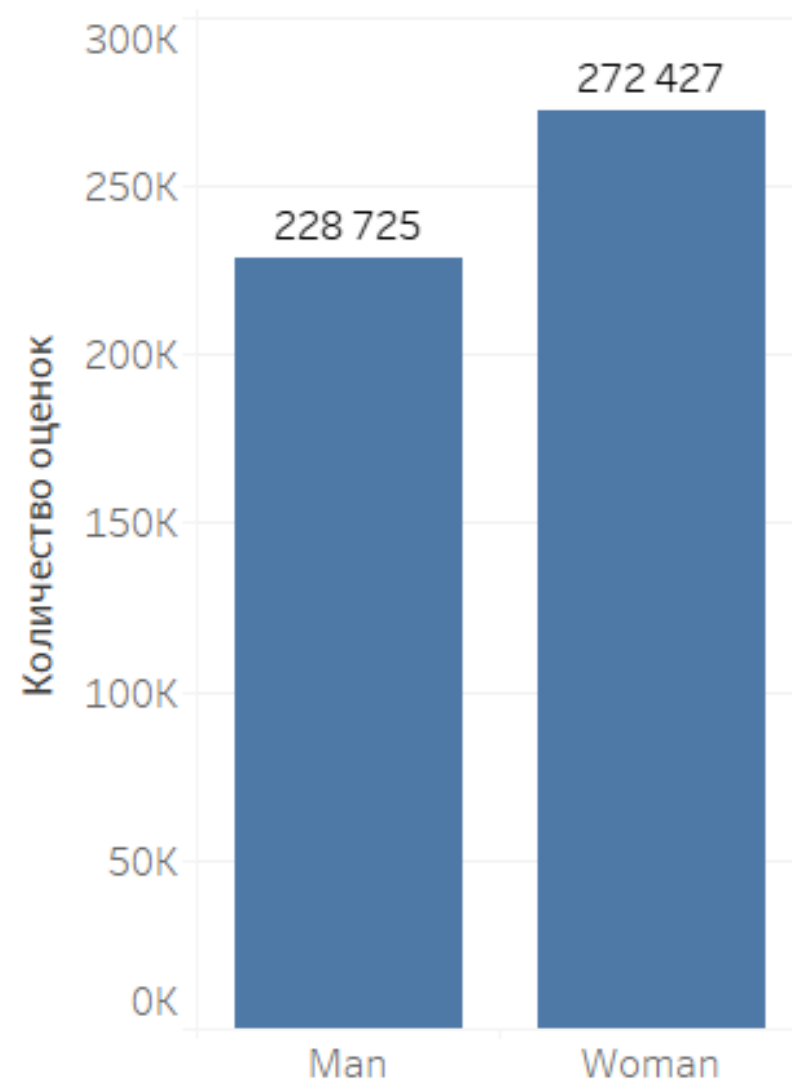
Значение NPS с возрастом увеличивается

Чем моложе пользователь, тем он требовательней. «Возрастные» клиенты в целом лояльны, так как на их жизнь приходится бурное развитие сферы телекоммуникаций, отчего они более склонны положительно оценивать нынешнее качество в сравнении с былым.



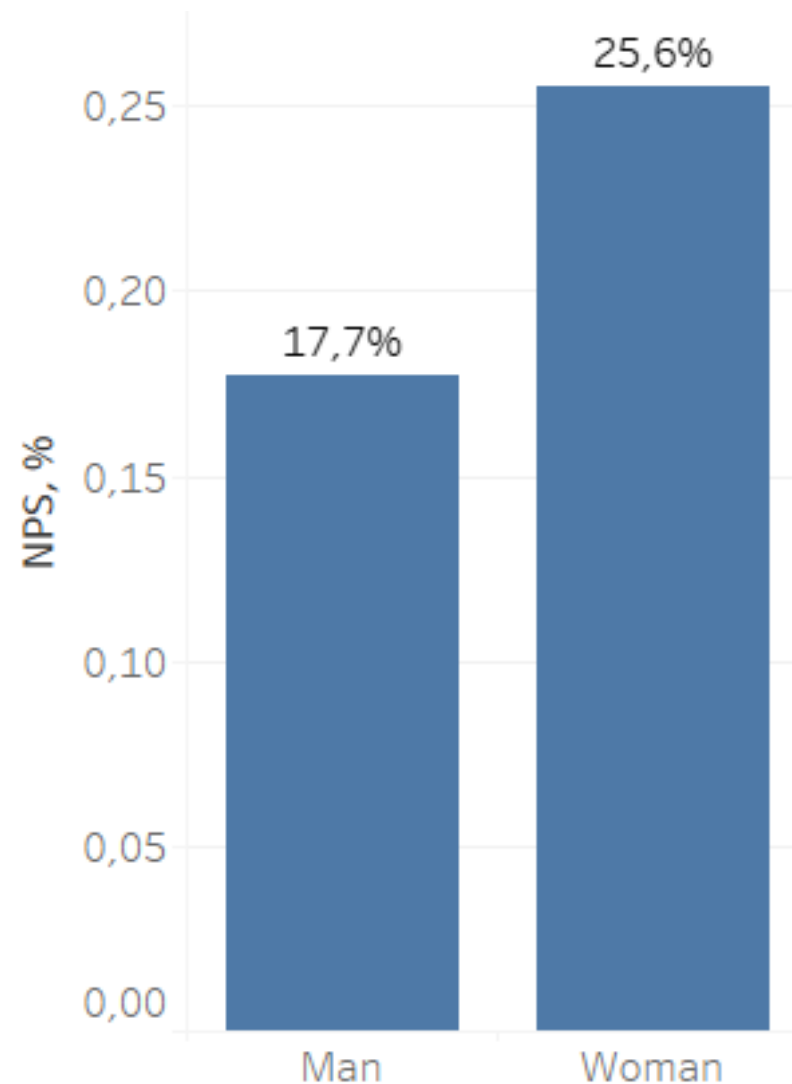
Женщины активней участвуют в опросе

Женщины на 19% активней принимают участие в опросе: 272 427 против 228 725 мужчин.



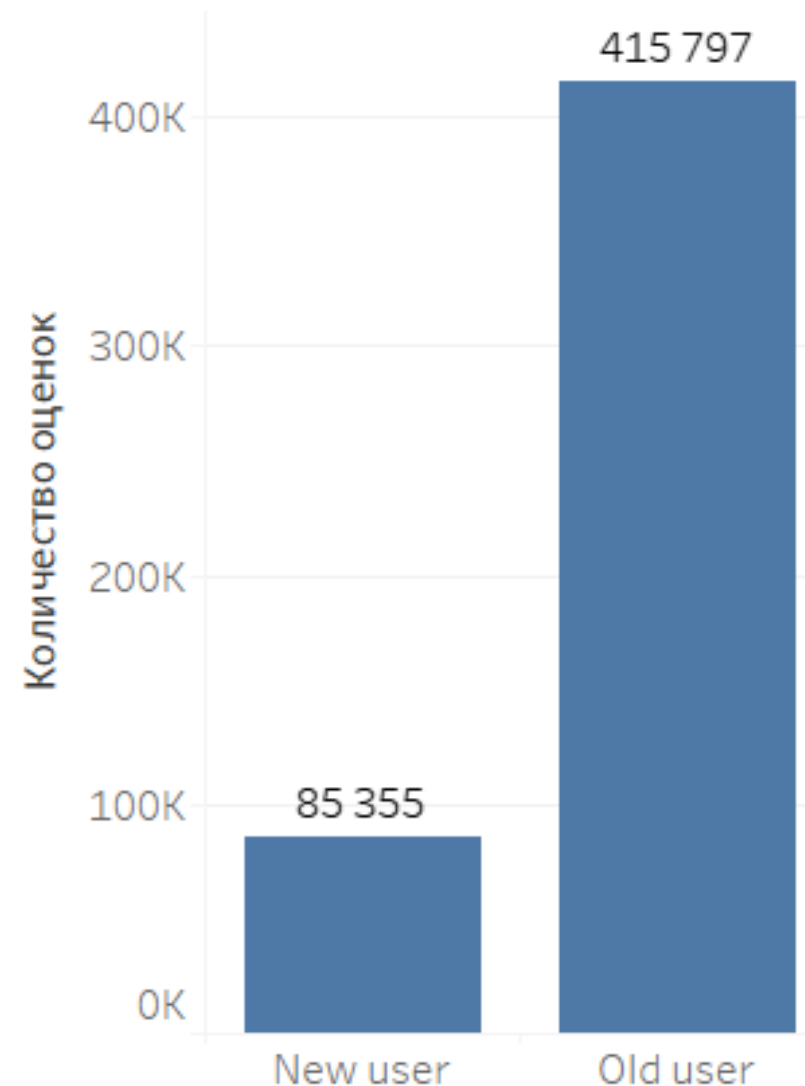
Женщины более склонны к положительной оценке качества услуг

Среди женщин значение NPS в 1,4 раза выше, чем среди мужчин: 25,6% против 17,7%.



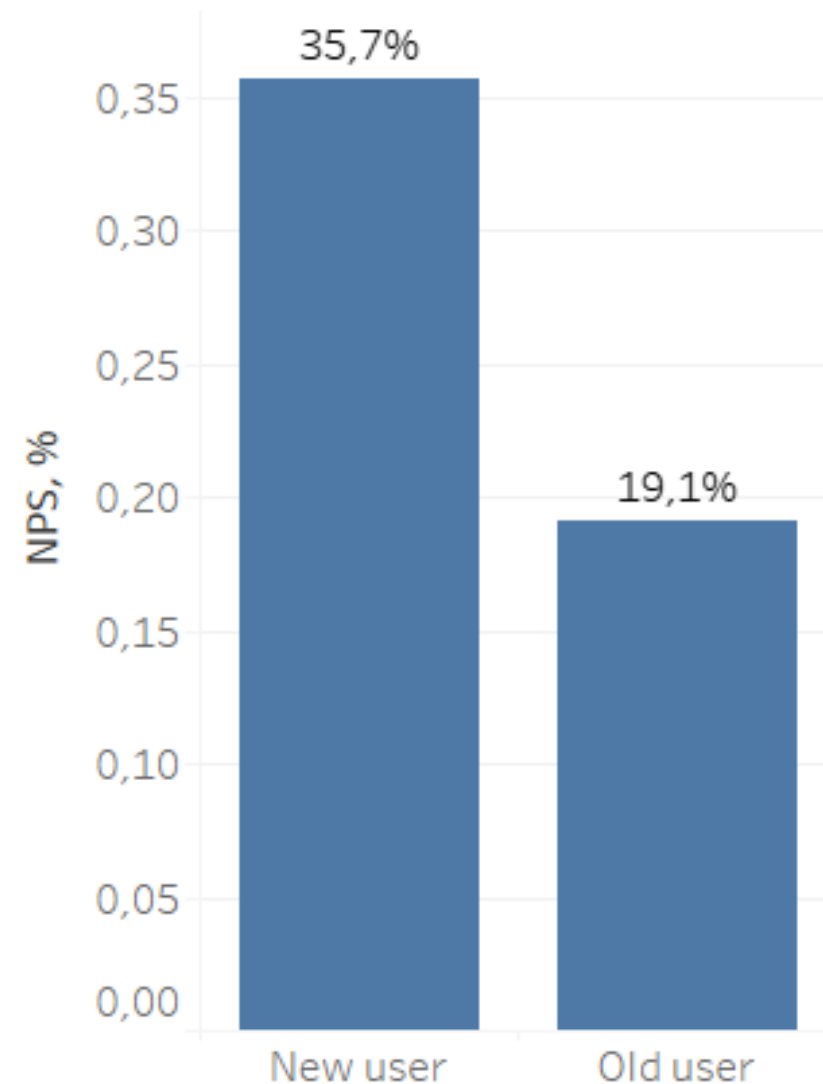
«Старые» клиенты активней участвуют в опросе

Число «старых» клиентов, участвующих в опросе, значительно больше количества новых (415 797 против 85 355), что характерно для компании, формировавшей клиентскую базу в течении длительного времени.

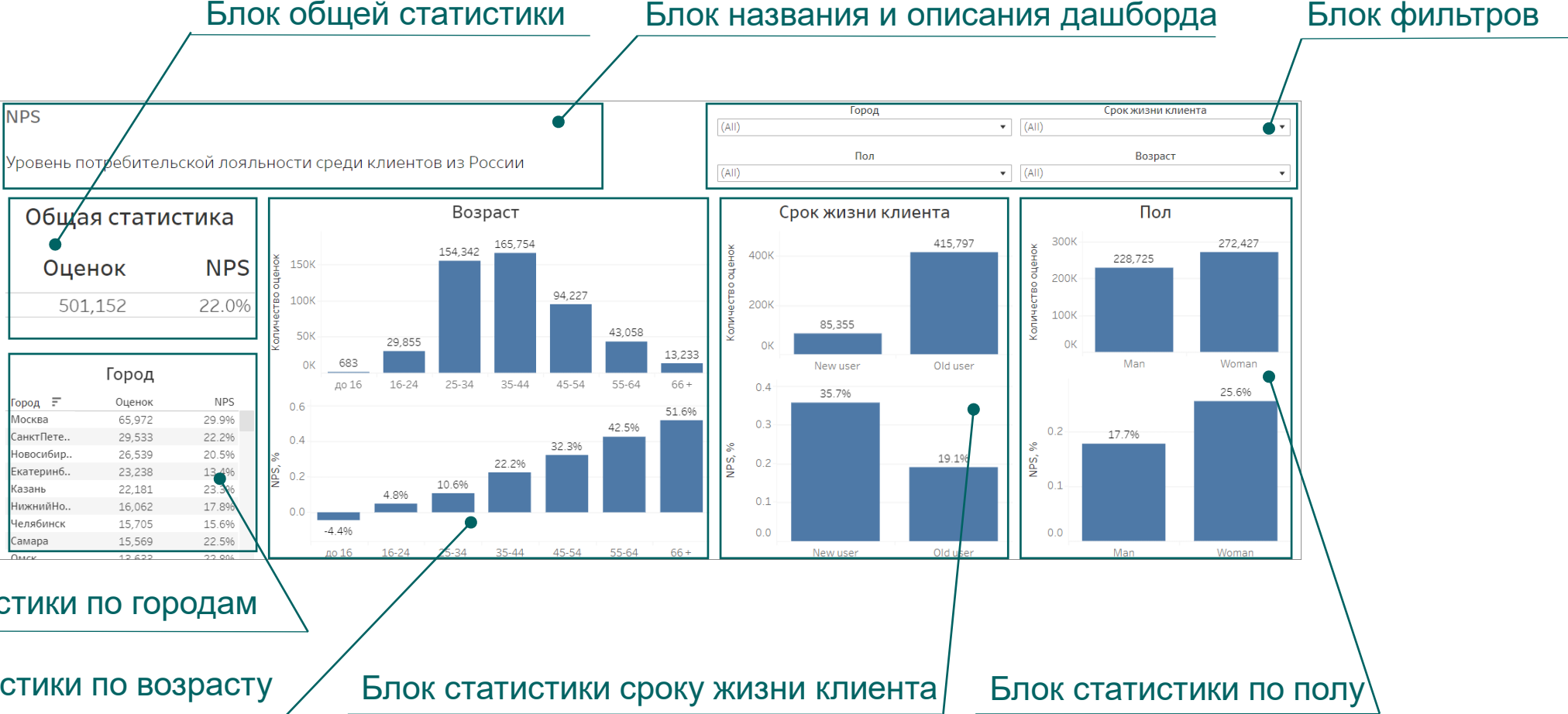


Новые клиенты более склонны к положительной оценке качества услуг

Среди новых клиентов значение NPS в 1,7 раза выше, чем среди «старых»: 35,7% против 19,1%.



Описание интерфейса дашборда



Ссылка на дашборд:
https://public.tableau.com/app/profile/.13981647/viz/telecomm_csi_tableau_16470850661180/Dashboard1?publish=yes