



BANK

Анализ клиентских транзакций банка:
банка: Поведение, География, Сезонность
Сезонность

Профиль клиентской базы

839 081

Клиентов

Уникальных
пользователей банка

985 322

Транзакций

Общее количество
операций

1.17

Транзакций на
клиента

Средняя активность

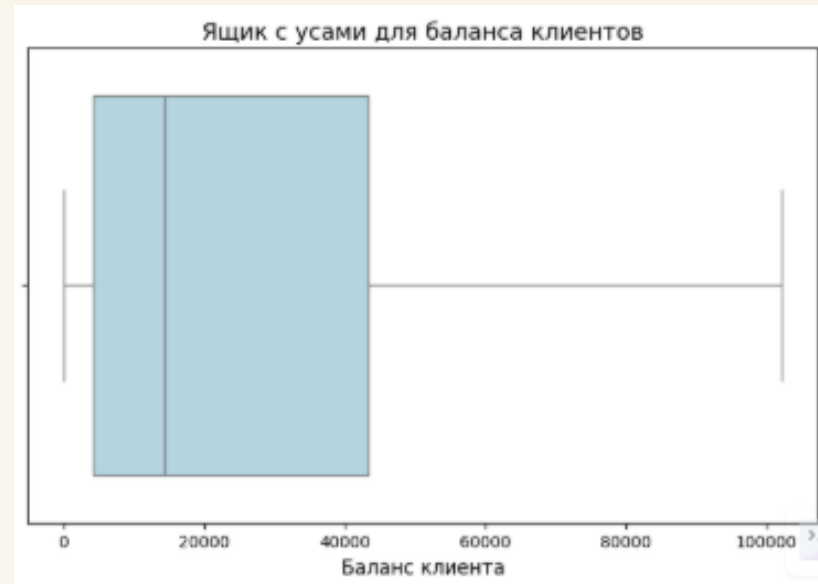
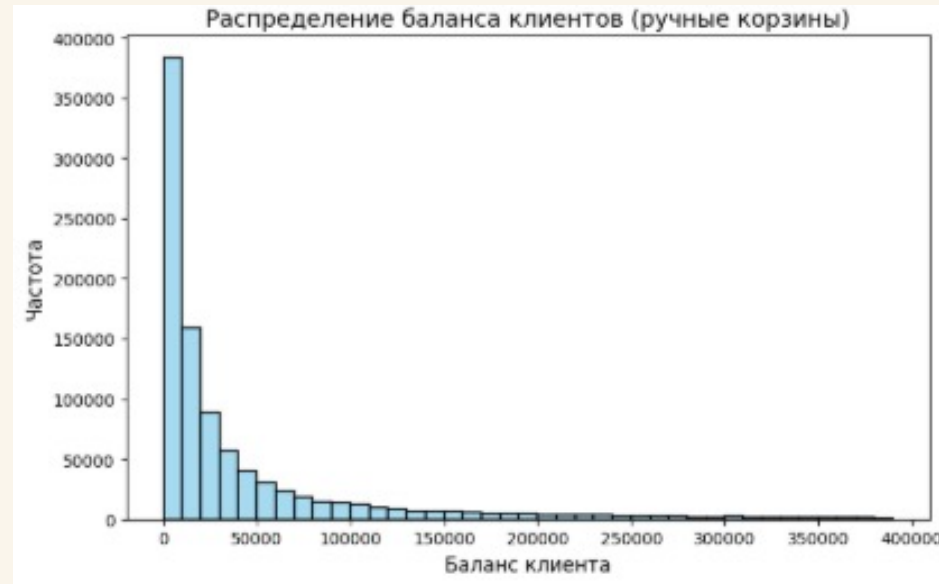
Преобладают одноразовые операции. Однако есть пул лояльных клиентов.

Эти метрики позволяют сегментировать аудиторию по активности.



Распределение остатков и сумм транзакций

Остатки на счетах

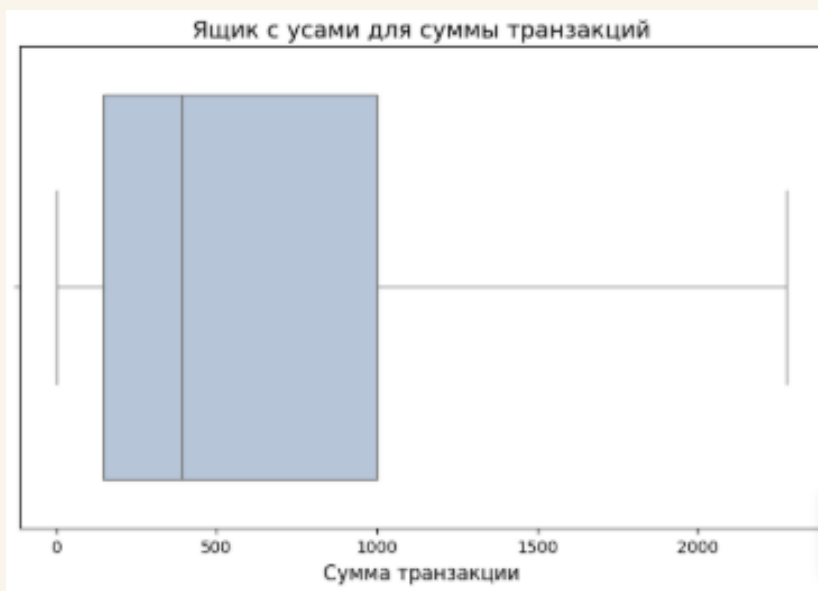
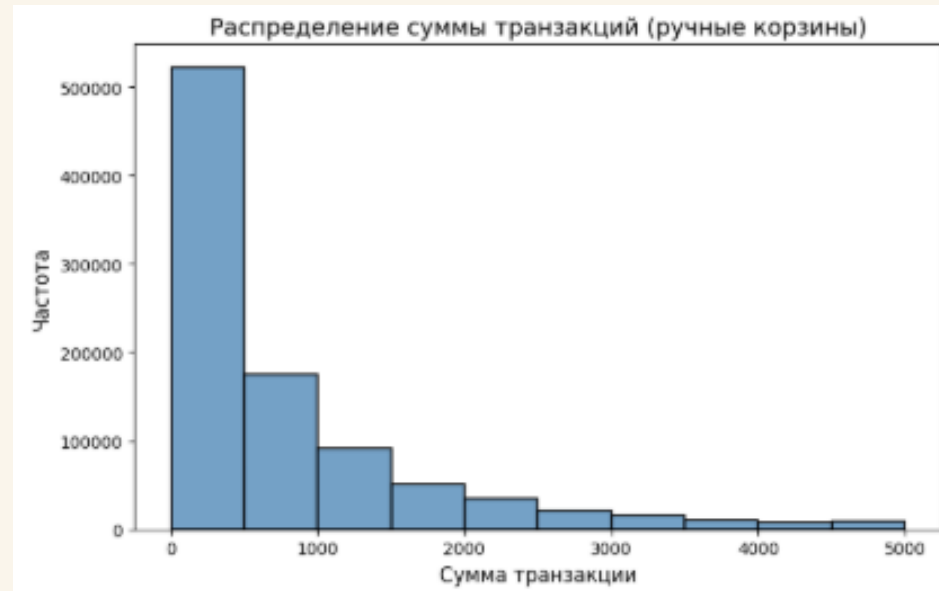


Большинство клиентов имеют остатки $< 50,000$ INR.

Присутствуют редкие крупные клиенты с балансом $> 300,000$ INR.

Распределения имеют сильную асимметрию и характерные выбросы.

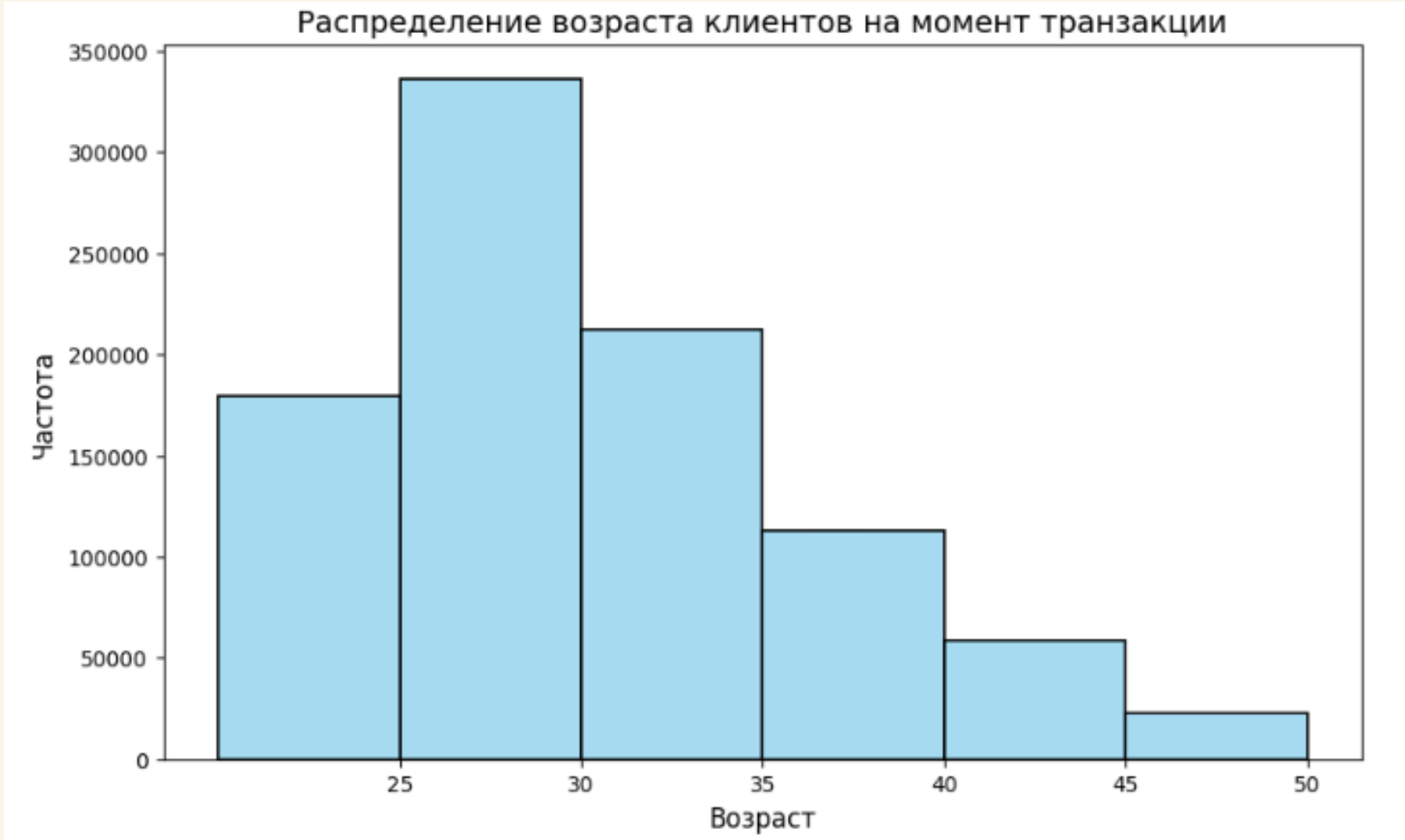
Суммы транзакций



Транзакции сконцентрированы в сегменте до 1,000 INR.

Выделяются крупные операции $> 3,000$ INR.

Возраст клиентов и платёжеспособность



Наиболее активная группа — 25–30 лет. Самая платёжеспособная — 45–50 лет.

С возрастом активность клиентов заметно снижается.

Рекомендации

Целевая реклама и предложения:

- Разработать специальные акции и программы лояльности для молодых клиентов (25–35 лет).

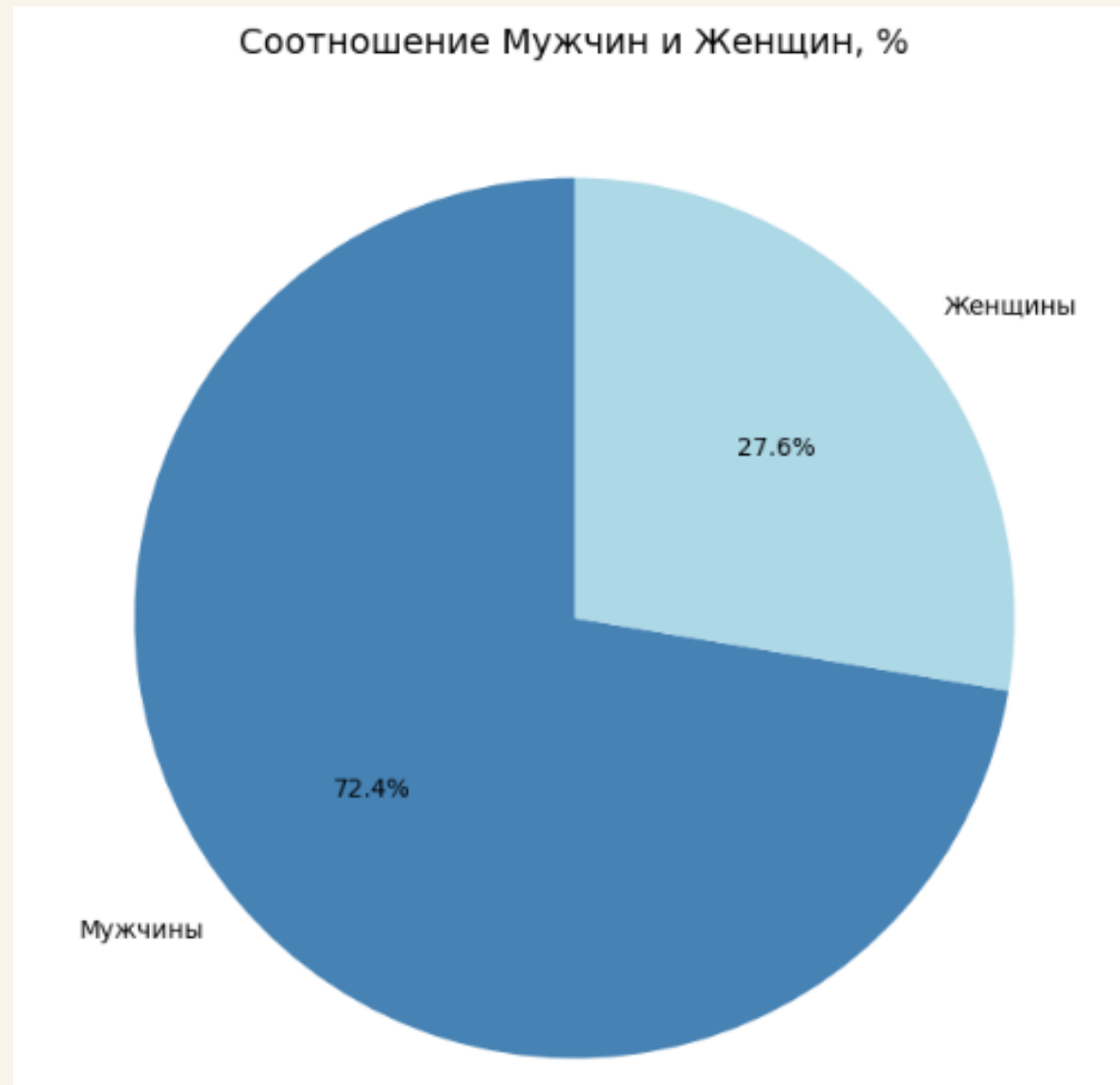
Улучшение цифрового опыта:

- Усилить функционал мобильного приложения и онлайн-банкинга для привлечения старших клиентов.

Исследование причин снижения активности:

- Провести опросы или аналитику для выявления причин низкой активности среди старших клиентов.

Гендерный портрет



Рекомендации

Разработка маркетинговых стратегий:

- Создать специальные предложения, ориентированные на женщин (например, программы лояльности или совместные продукты для семей).

Улучшение пользовательского опыта:

- Провести анализ удобства использования мобильного приложения и онлайн-банкинга для женщин.

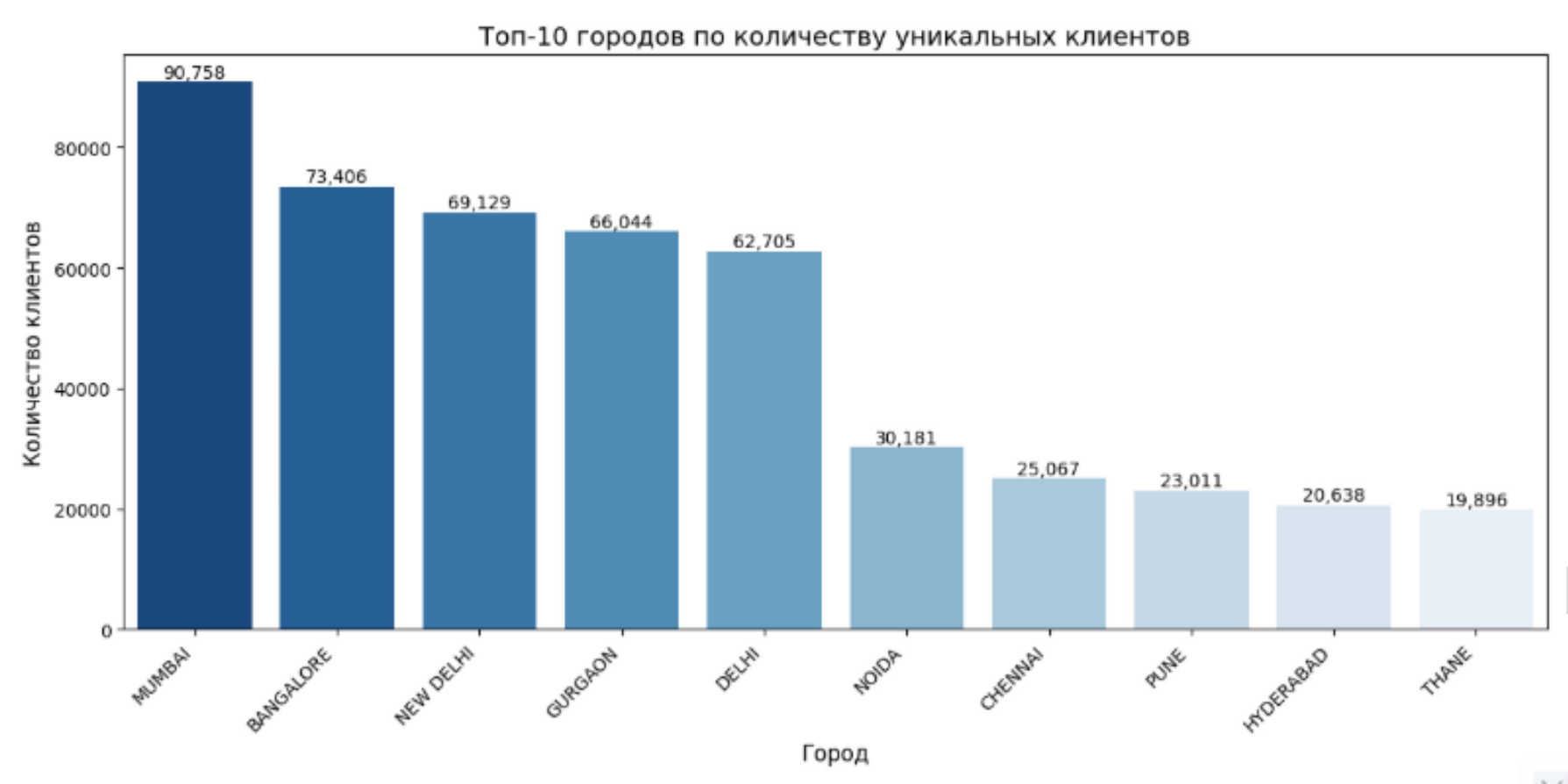
Исследование причин дисбаланса:

- Провести опросы или фокус-группы для выявления барьеров, которые мешают женщинам активно пользоваться услугами банка.

Гендерный дисбаланс может быть связан с особенностями дистрибуции или UX.

Заметен потенциал роста за счёт улучшения маркетинга для женской аудитории.

Топ-городов по числу клиентов



Мумбаи, Бангалор и Нью-Дели формируют ядро клиентской базы.

Для масштабирования важна региональная диверсификация.

Рекомендации

Фокус на крупные города:

- Усилить маркетинговые кампании в топ-3 городах для увеличения лояльности существующих клиентов.

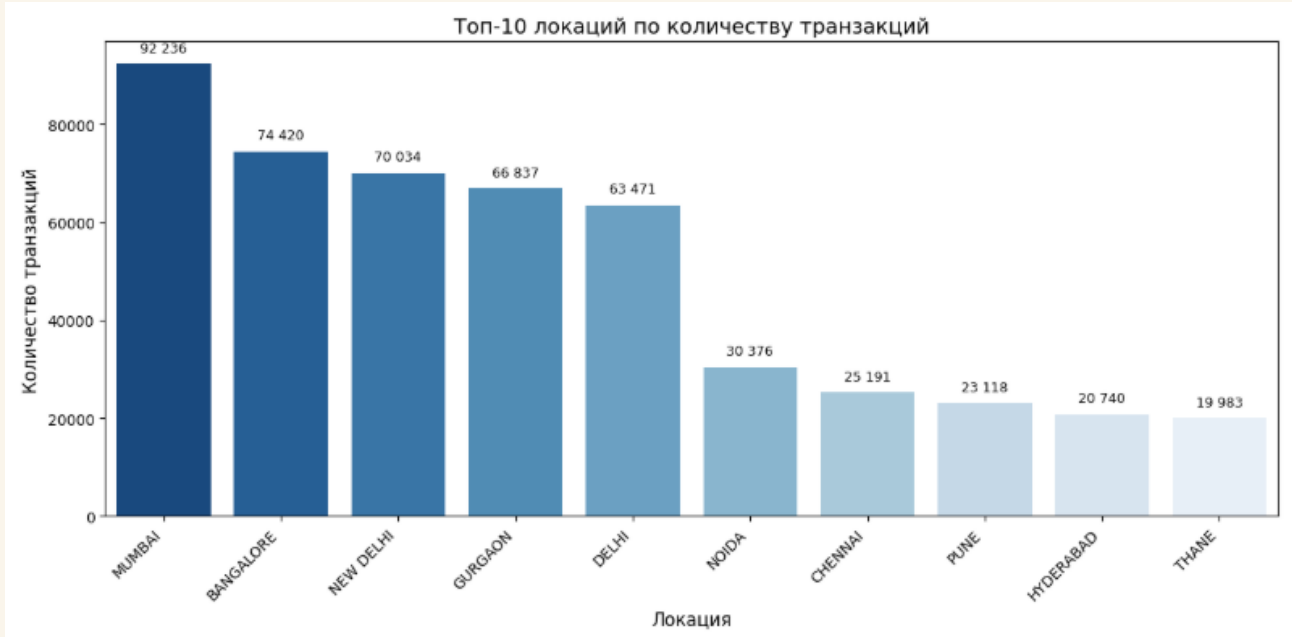
Расширение в другие регионы:

- Разработать специальные предложения для клиентов из менее крупных городов (например, скидки на обслуживание, программы лояльности).

•Исследование причин низкой представленности:

- Провести анализ, чтобы выявить барьеры, которые мешают жителям других городов активно пользоваться услугами банка.

Объёмы транзакций по локациям



Мумбаи

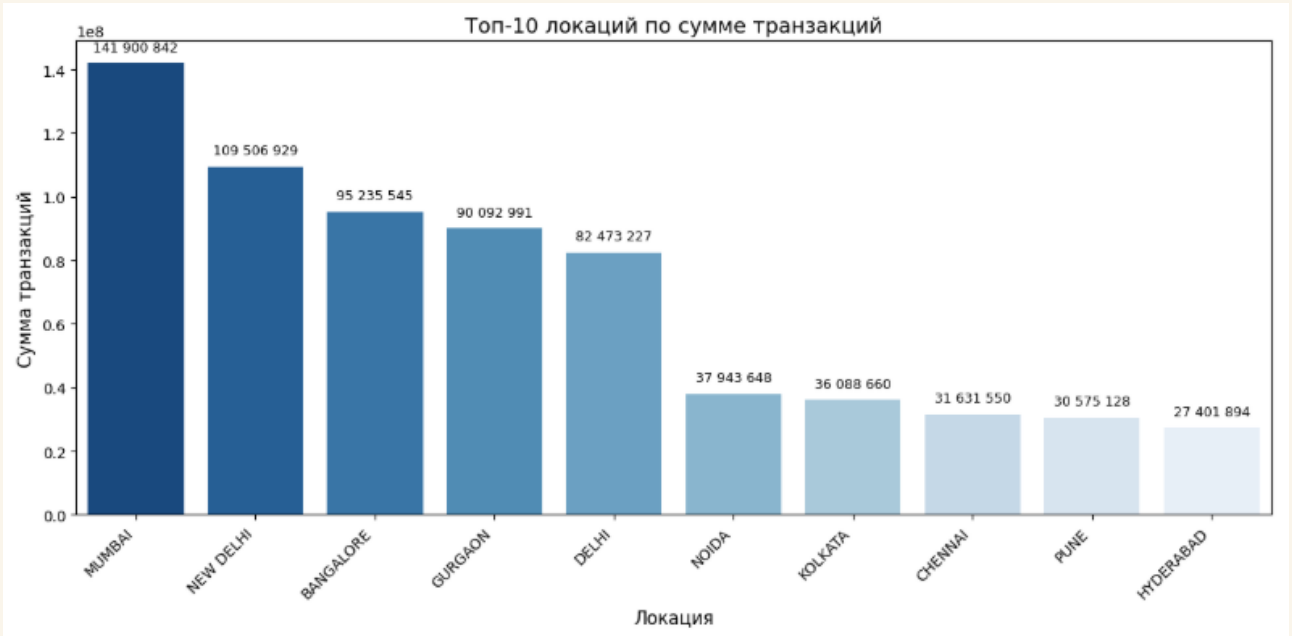
Лидер по количеству:
178,000 транзакций

Первое место по объёму:
165M INR

Нью-Дели

Третье место по количеству:
115,000 транзакций

Второе место по объёму:
125M INR



Бангалор

Второе место по количеству: 135,000 транзакций

Третье место по объёму: 110M INR

Нью-Дели опережает Бангалор по общей сумме транзакций.

Это указывает на разницу в среднем чеке между регионами.

Сезонность: Количество транзакций по дням



Октябрь 2015 - Сентябрь 2016

Стабильная активность клиентов



Сентябрь 2016 - Март 2017

Спад количества транзакций

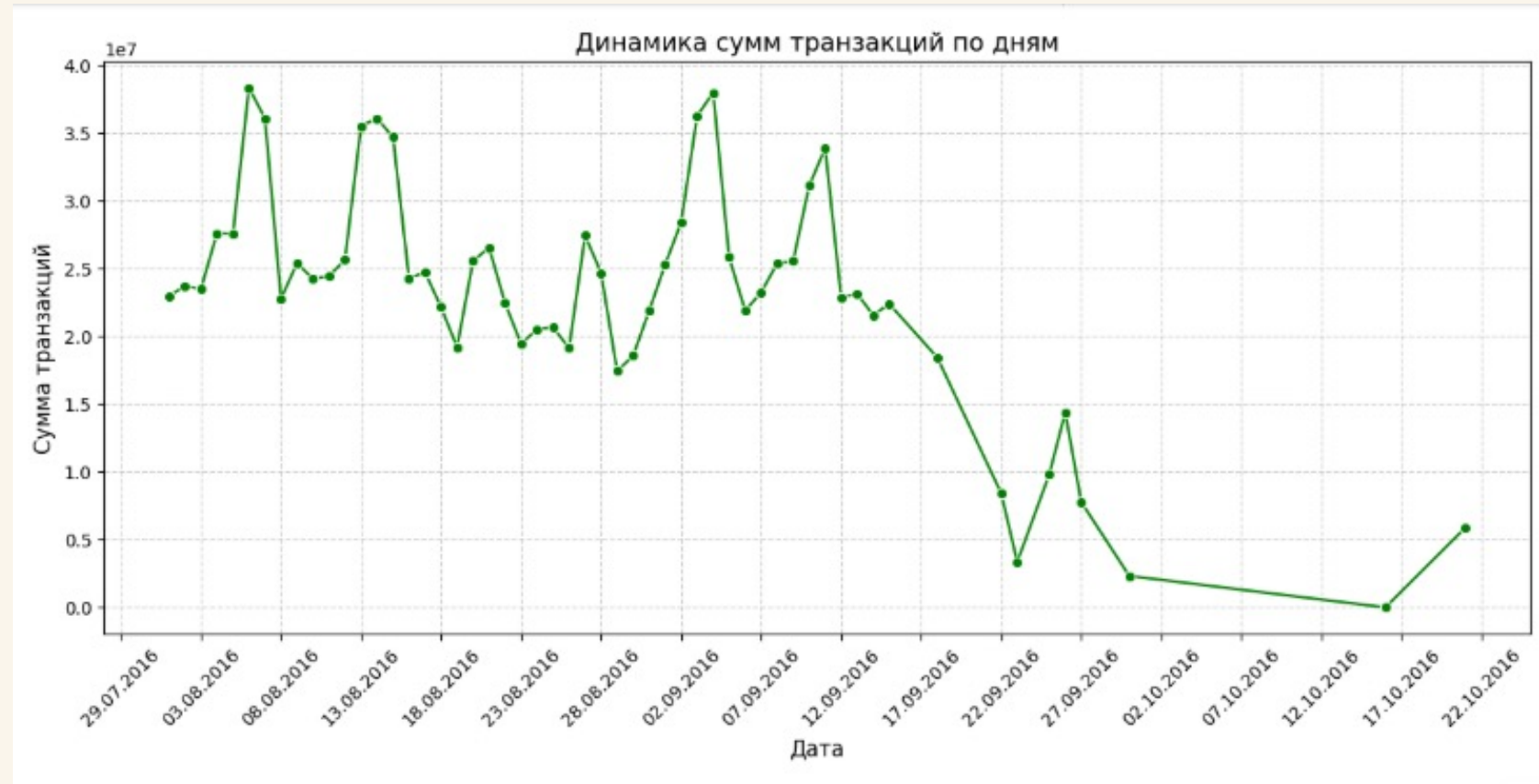


Март 2017 - Настоящее время

Частичное восстановление активности

Сезонность и падение активности — потенциальные зоны для анализа маркетинговых кампаний.

Сезонность: Сумма транзакций по дням



Максимальные показатели

3.5–4 млн INR/день в период стабильности



Период спада

Резкое снижение объемов транзакций



Минимальные показатели

0.5–1 млн INR/день в период спада

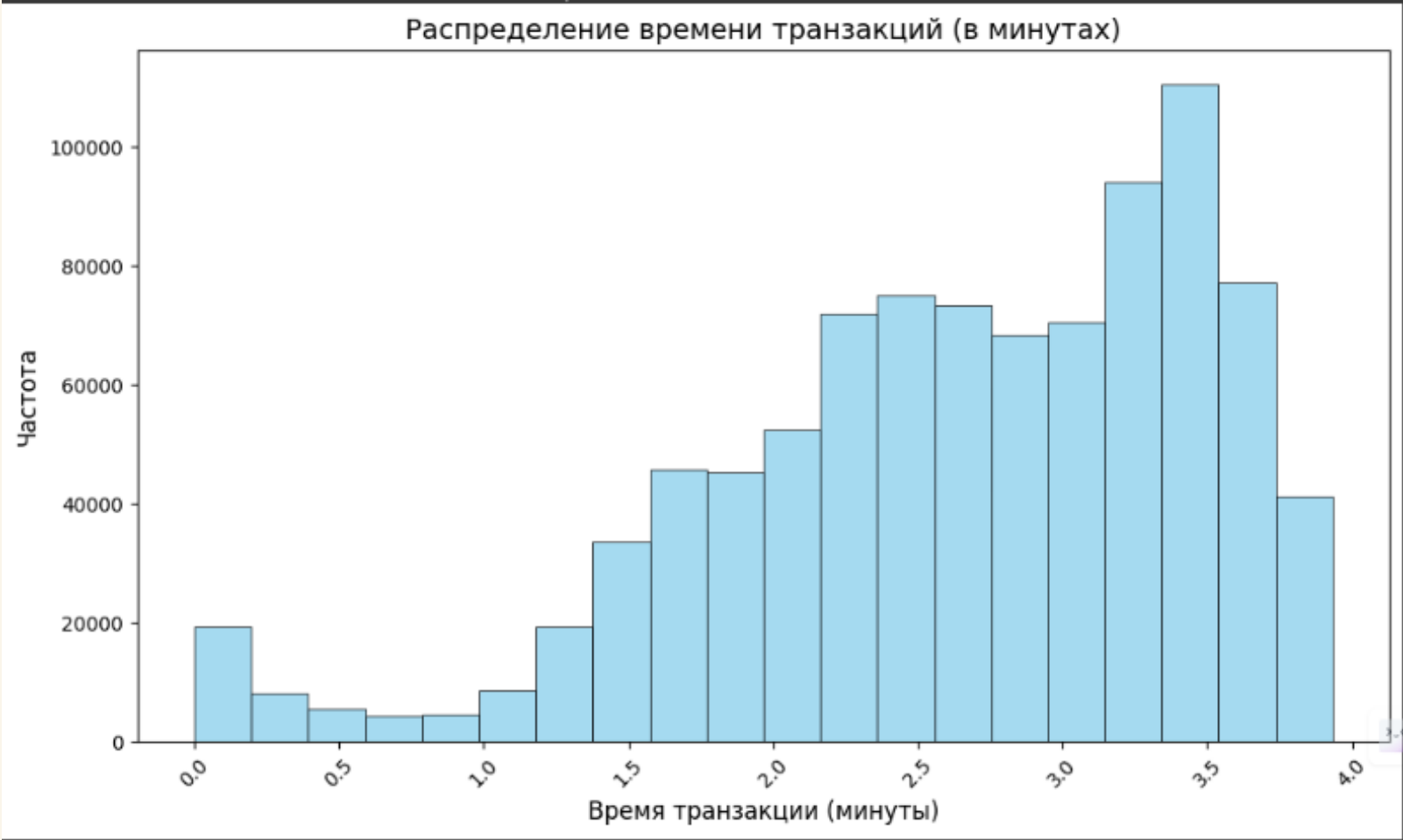


Восстановление

Постепенный рост к концу периода

Возможен отток клиентов или перераспределение на другие сервисы в период спада.

Поведенческие паттерны: Время транзакций



0-1 минуты

45% всех транзакций



1-2 минуты

25% всех транзакций



2-4 минуты

20% всех транзакций



Более 4 минут

Только 10% транзакций

Рекомендации

Оптимизация процессов:

Убедиться, что система продолжает обеспечивать быструю обработку транзакций для поддержания высокого уровня сервиса.

Исследование длительных транзакций:

Провести анализ причин редких длительных операций (>4 минут) для выявления возможных проблем в работе системы.

90% транзакций совершаются в течение первых 4 минут.

Продуктовые сценарии ориентированы на «мгновенные» действия.

Заключение: Резюме и рекомендации

1. Клиенты

- Молодёжь (25–30) — самая активная группа
- Группа 45–50 — наибольшая платёжеспособность

2. География

- Мегаполисы формируют ядро, но есть потенциал во «второй десятке» городов

3. Поведение

- Быстрые транзакции преобладают, важно удерживать производительность
- Явная сезонность и спад — зона для корректировки стратегии


Рекомендации:


- Адаптировать офферы под разные возрастные группы
- Улучшить UX для женщин
- Запустить акции в менее активные месяцы
- Развивать регионы за пределами топ-3



Спасибо за внимание!

Проект выполнен: **Стёганцев Сергей**

 Email: SStegancev@yandex.ru

 Telegram: [@SergeiST_pro](https://t.me/@SergeiST_pro)