

Анализ NPS телекоммуникационной компании из России

Заказчик: телекоммуникационная компания

Источники данных: результаты NPS-опроса
клиентов компании

Аналитик: Инна Черняк

Цель исследования

- Рассчитать общий уровень потребительской лояльности
- Исследовать как уровень лояльности меняется в зависимости от пользовательских признаков

Общие выводы

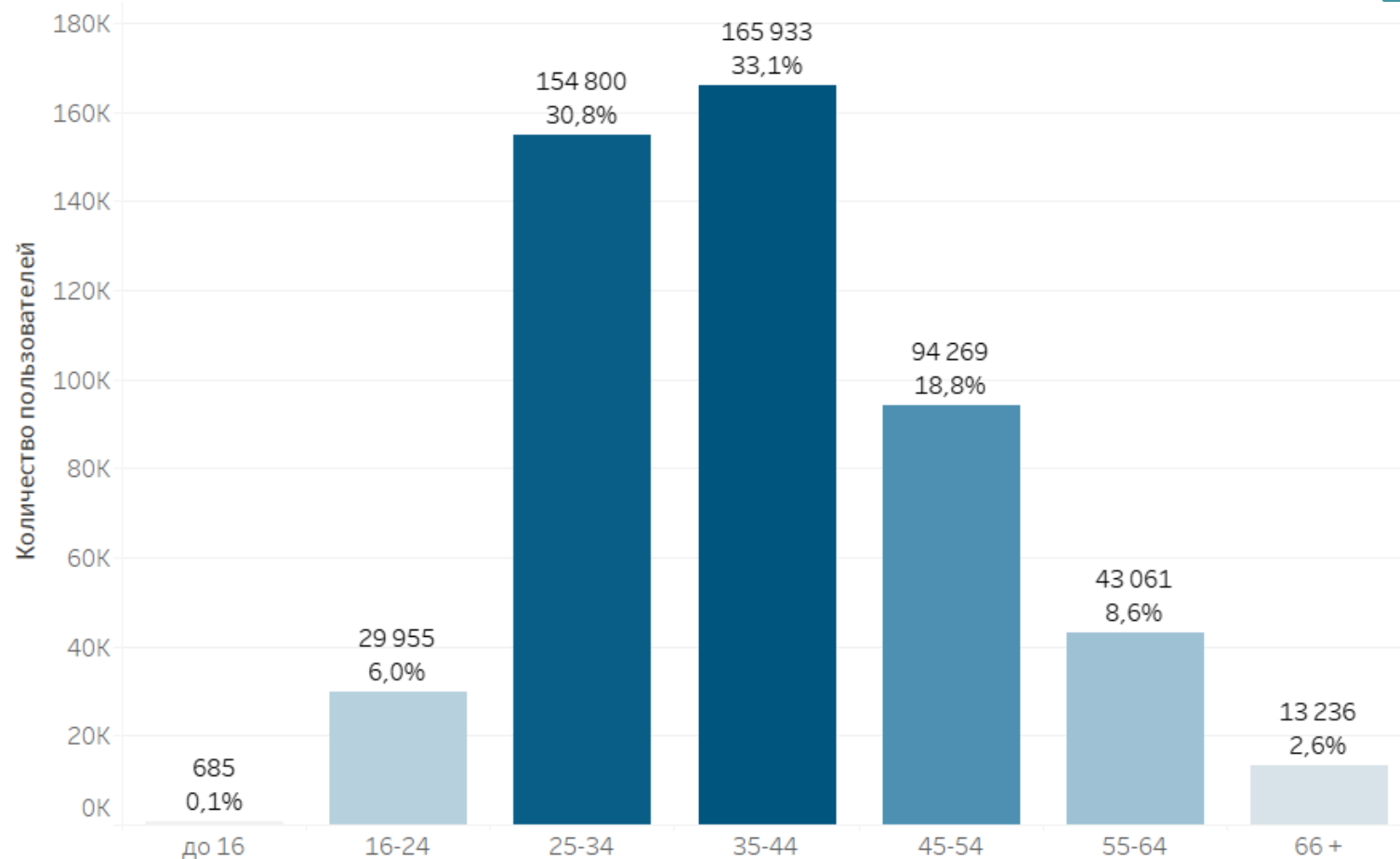
- Рассчитанное значение общего NPS имеет хороший уровень. В целом, пользователи услуг компании удовлетворены ее работой.
- К наиболее лояльным сторонникам услуг можно отнести женщин из Москвы в возрасте 35-44 лет, со сроком регистрации более 365 дней.
- Среди опрошенных преобладают старые клиенты, с количеством «дней жизни» более 365 дней

Распределение участников опроса по возрасту

Всего в опросе принимали участие – 502 493 клиента.

Больше всего участников в возрасте 35-44 - 33%

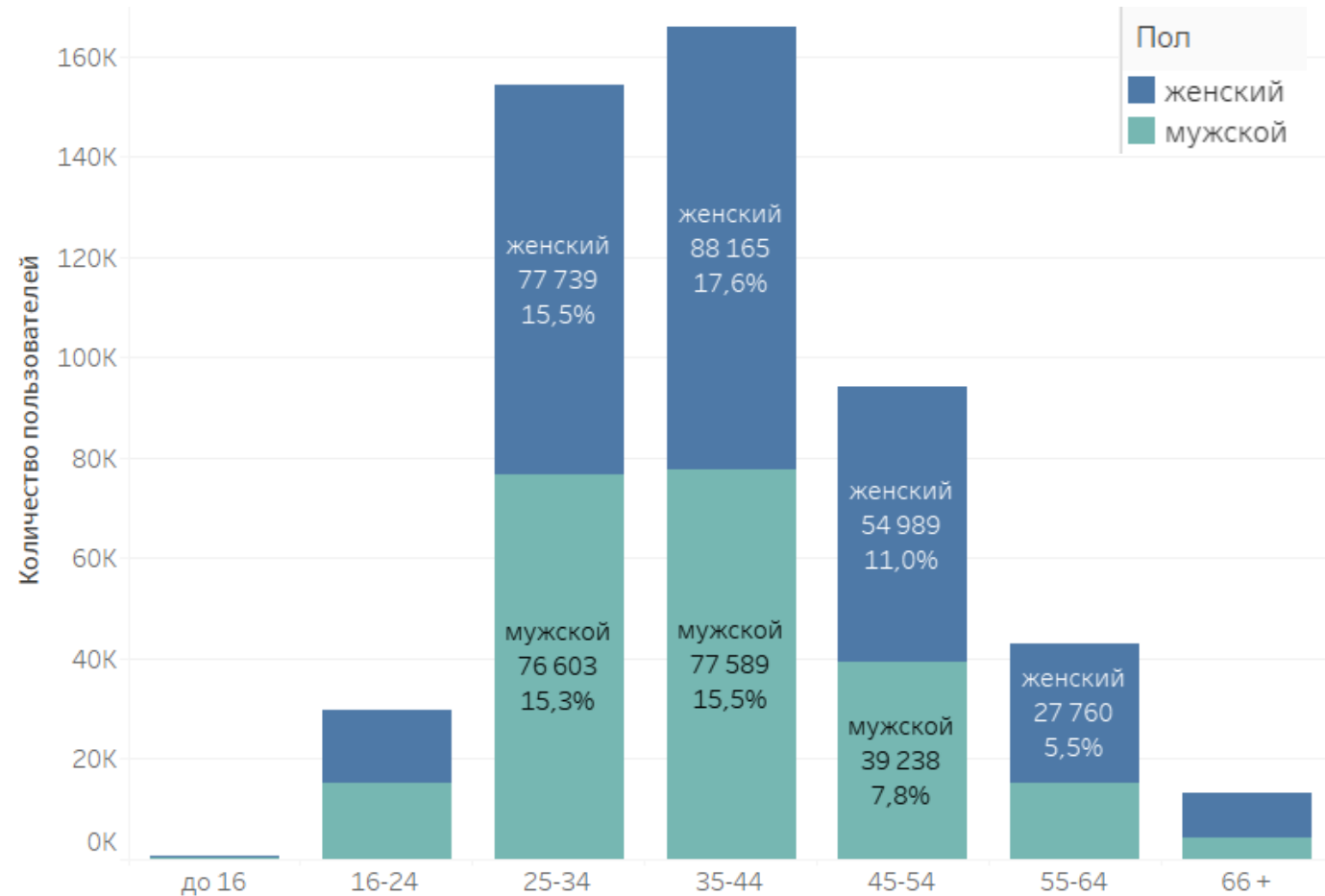
Меньше всего участников в возрасте до 16 лет.



Пол и возраст участников опроса

Среди участников опроса больше всего оказалось женщин в возрасте 35-44 лет - 17,6 %

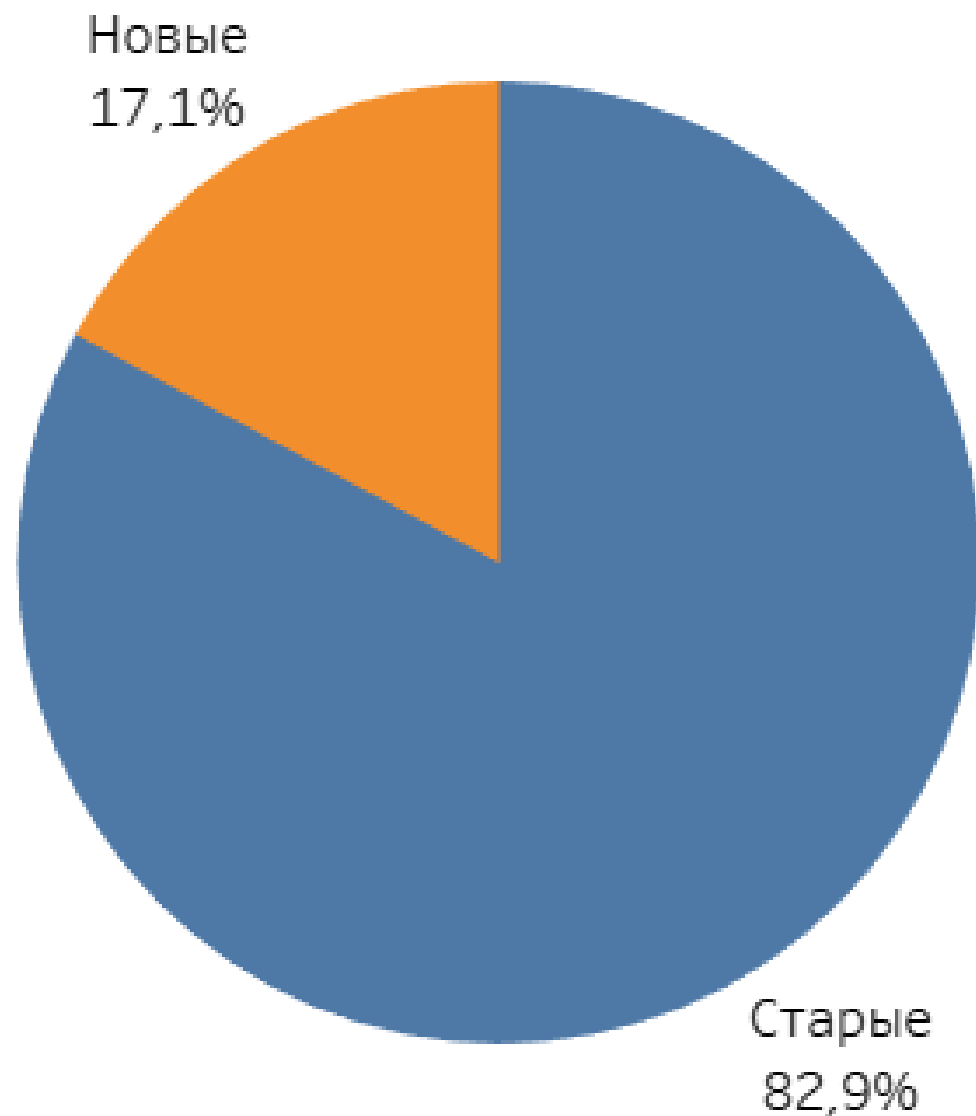
Практически во всех возрастных категориях преобладают участники опроса женского пола, кроме граждан от 16 до 24 лет, где больше мужчин.



Новые и старые пользователи



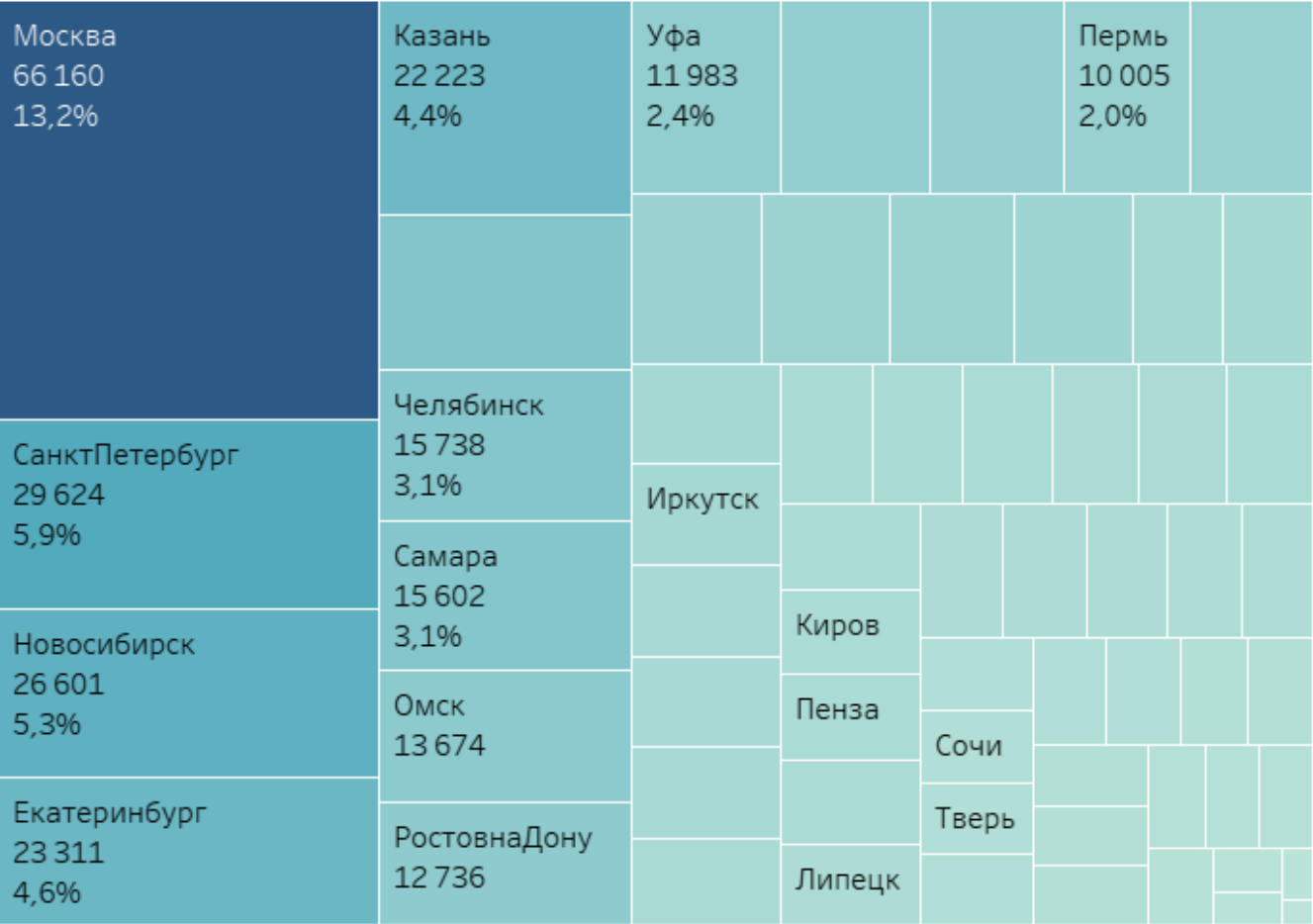
Среди опрошенных преобладают старые клиенты, количеством дней «жизни» которых более 365 дней (82,9%)



Самыми активными участниками опроса стали пользователи из Москвы. На втором месте пользователи из Санкт-Петербурга.

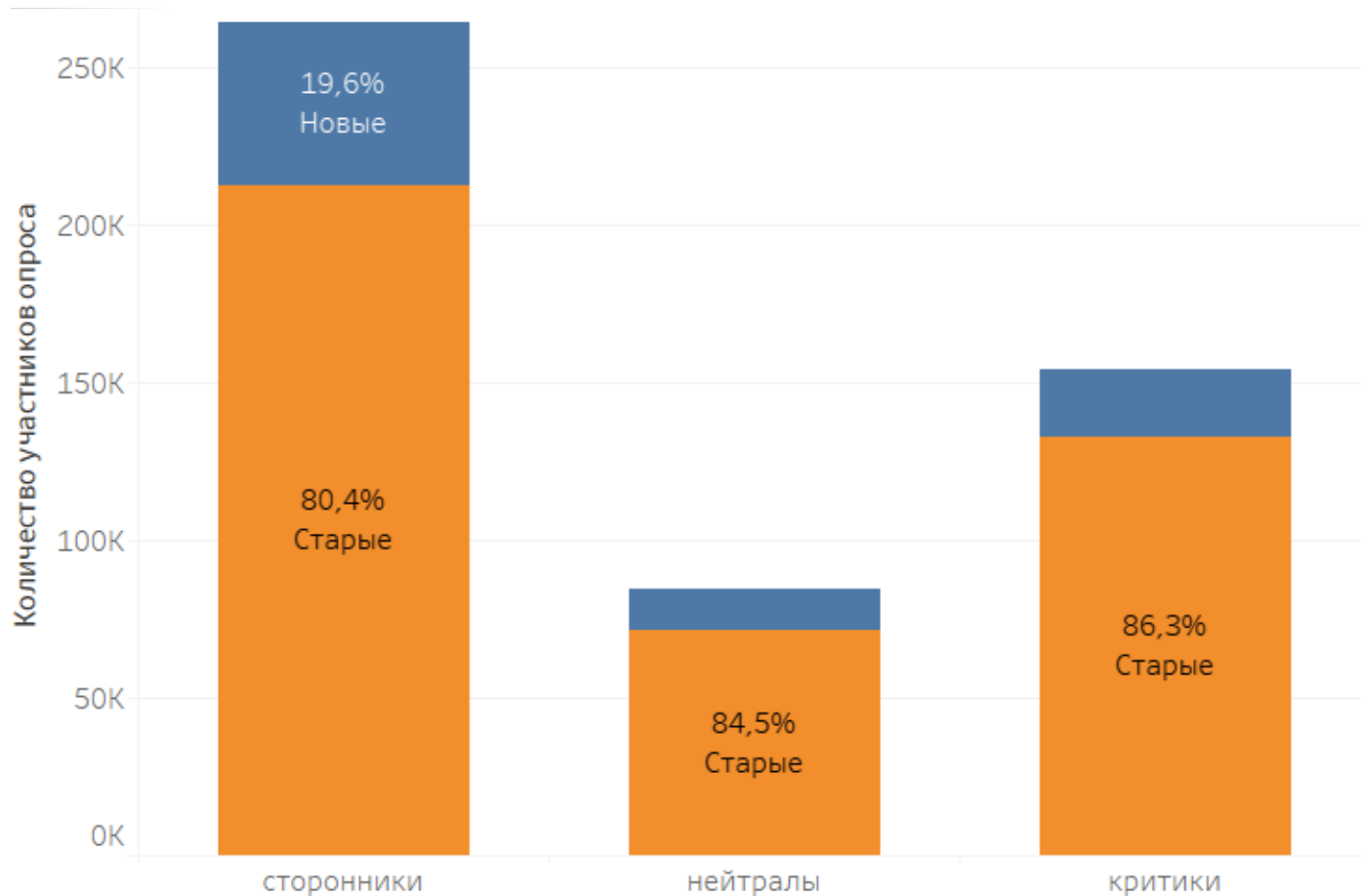
Наименьшее количество участников было из города Череповец.

Вполне очевидно, что подобная картина связана с численностью населения самих городов.



Активность участников опроса по городам

Уровень лояльности у старых и новых клиентов



Наиболее лояльными оказались старые пользователи во всех NPS-группах (сторонники, нейтралы и критики).

Наименее лояльные участники опроса - новые пользователи услуг.

Уровень лояльности по группам пользователей

Если смотреть в разрезе групп по возрасту и полу, то самыми лояльными являются женщины и мужчины в возрасте 35-44 лет (сторонники) - 18,1% и 15% соответственно.

Такая же картина наблюдается и среди критиков и нейтралов.

Менее лояльные пользователи - мужчины и женщины до 16 лет.

		сторонники	нейтралы	критики
женский	до 16	0,1%	0,1%	0,1%
		139	52	133
	16-24	2,4%	3,6%	3,5%
		6 194	3 036	5 298
	25-34	14,1%	16,5%	17,5%
		37 039	13 919	26 781
	35-44	18,1%	17,0%	17,0%
		47 815	14 302	26 048
	45-54	12,6%	9,4%	9,1%
		33 142	7 920	13 927
	55-64	7,1%	3,7%	3,9%
		18 592	3 156	6 012
	66 +	2,5%	1,0%	1,0%
		6 475	860	1 587
мужской	до 16	0,0%	0,1%	0,1%
		112	99	148
	16-24	2,4%	4,0%	3,7%
		6 256	3 360	5 711
	25-34	13,0%	16,8%	18,4%
		34 234	14 187	28 182
	35-44	15,0%	16,2%	15,9%
		39 486	13 660	24 443
	45-54	8,3%	7,9%	6,9%
		21 902	6 682	10 654
	55-64	3,5%	2,8%	2,4%
		9 331	2 337	3 630
	66 +	1,1%	0,7%	0,6%
		2 813	629	869

Итоговый NPS

21,9%

Текущее значение общего NPS имеет хороший уровень. В целом, пользователи данной сети удовлетворены качеством услуг телекоммуникационной компании.

Сравнительная шкала значений общего NPS:

- От -100% до 0% - необходима работа над лояльностью клиентов
- От 0% до 30% - хороший уровень лояльности
- От 30% до 70% - отличный уровень лояльности
- От 70% до 100% - блестящий уровень лояльности, в реальности практически не достижимый

Портрет сторонников

К сторонникам услуг можно отнести клиентов, обладающих следующими признаками:

1. Женщины.
2. Проживают преимущественно в Москве.
3. Возраст 35-44 лет.
4. Срок регистрации как пользователя - более 365 дней.

		сторонники
женский	до 16	0,1% 139
	16-24	2,4% 6 194
	25-34	14,1% 37 039
	35-44	18,1% 47 815
	45-54	12,6% 33 142
	55-64	7,1% 18 592
	66 +	2,5% 6 475
мужской	до 16	0,0% 112
	16-24	2,4% 6 256
	25-34	13,0% 34 234
	35-44	15,0% 39 486
	45-54	8,3% 21 902
	55-64	3,5% 9 331
	66 +	1,1% 2 813



Спасибо!

Инна Черняк

github.com/chernyacid