

Дипломная работа по теме: «**Анализ оттока клиентов «Метанпромбанк»**»

Студент группы “da_97”

Апет Аскольд

2024

Цели и задачи проекта

Цель: провести анализ клиентов регионального банка для выявления сегментов пользователей, склонных уходить из банка «Метанпром».

Задача:

- Провести исследовательский анализ данных;
- Составить и сравнить "портреты" типичных клиентов банка;
- Сформулировать и проверить статистические гипотезы;
- Подготовить вывод о клиентах банка и категории пользователей склонных уходить из него.

Распределение клиентов по гендеру

Ключ:

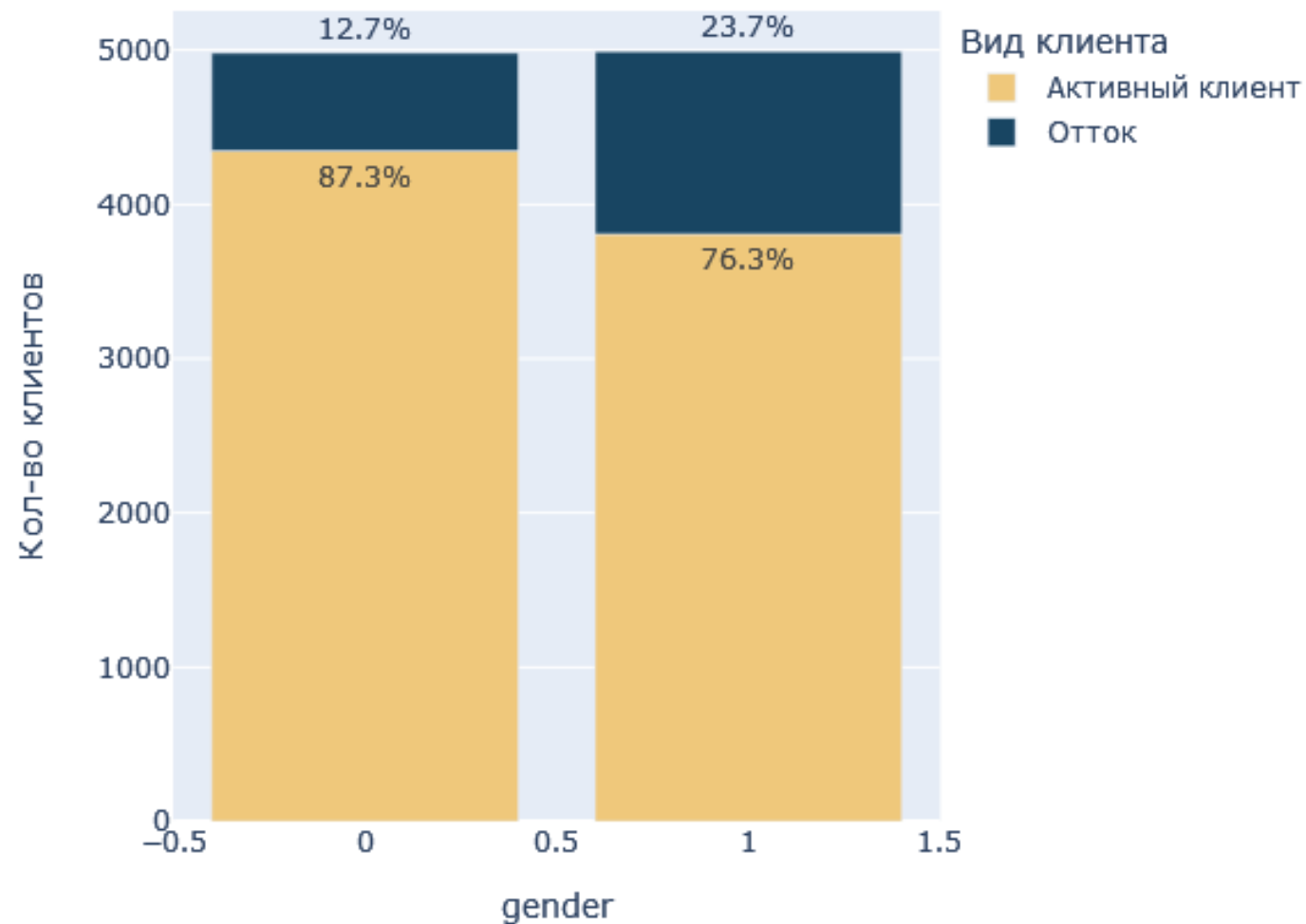
0 – клиент женского пола

1- клиент мужского пола

Выводы:

Среди клиентов мужчин отток происходит больше, чем от клиентов женщин

Наиболее активные клиенты представлены женщинами

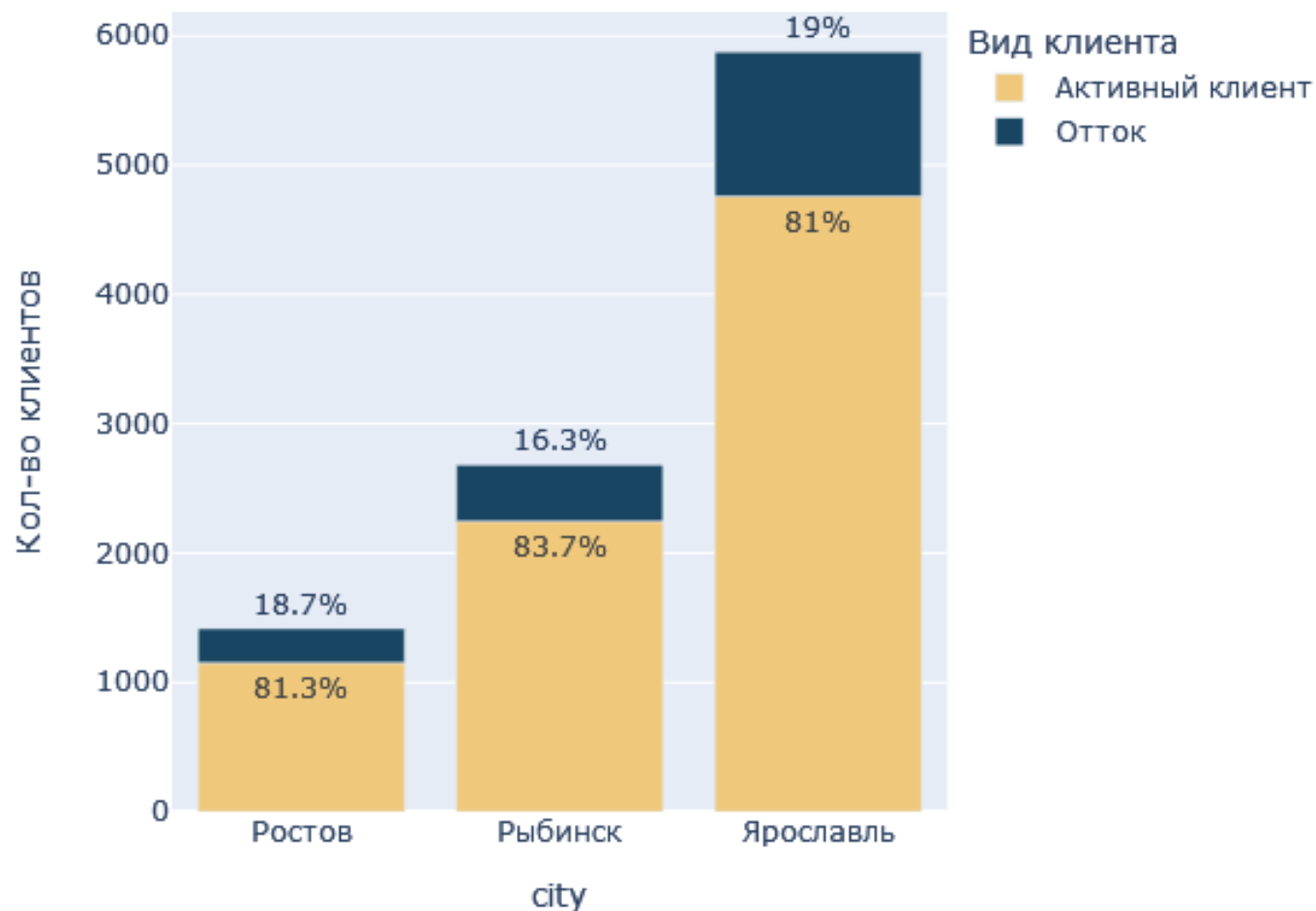


Распределение клиентов по городам

Выводы:

Наибольшее количество клиентов банка представлено в городе Ярославль

Оттоки клиентов в представленных городах находятся на одном уровне



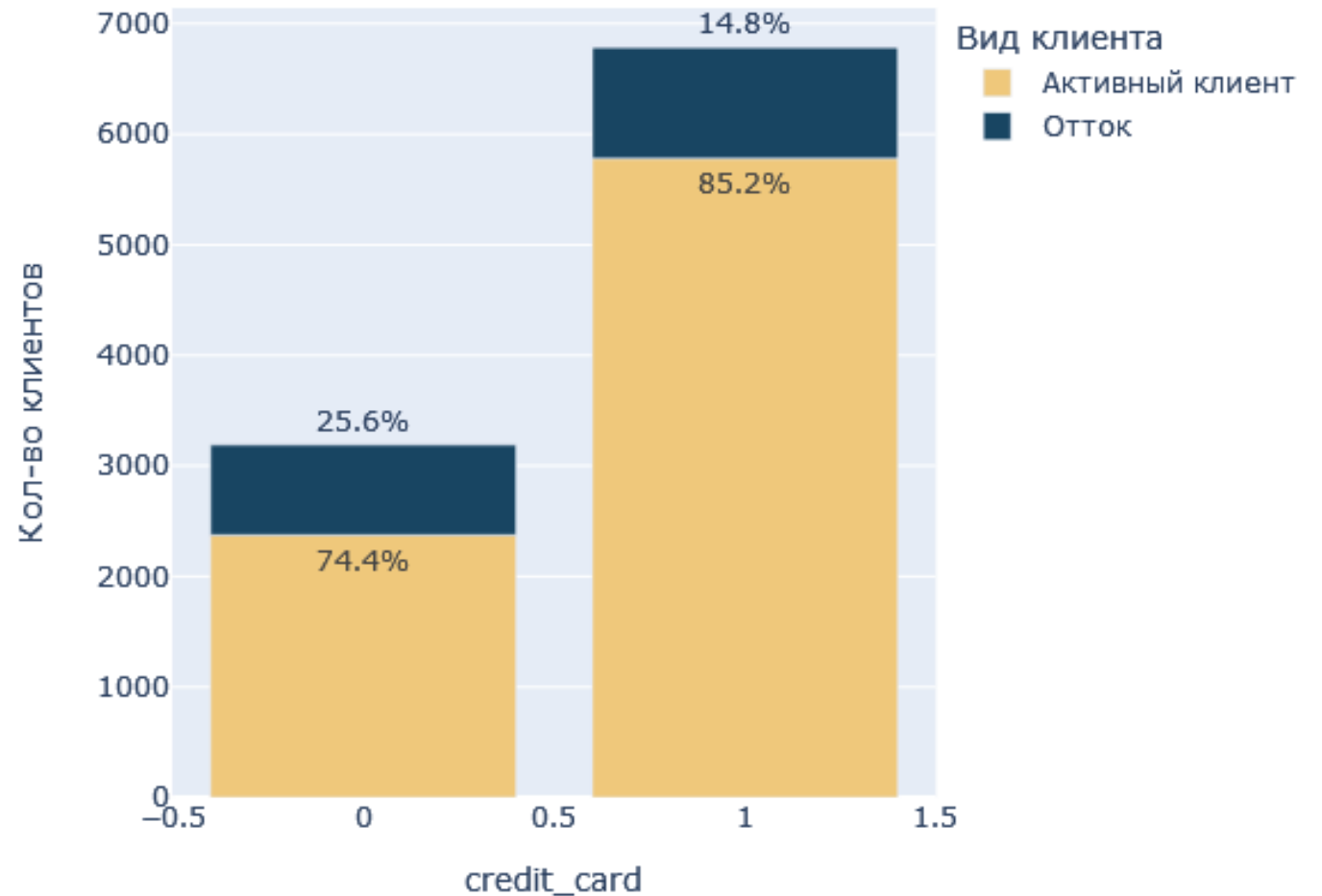
Распределение клиентов по наличию кредитной карты

Ключ:

- 0 – клиенты, не имеющие кредитные карты
- 1 – клиенты, имеющие кредитные карты

Вывод:

Наибольший отток наблюдается у клиентов, не использующих кредитные карты



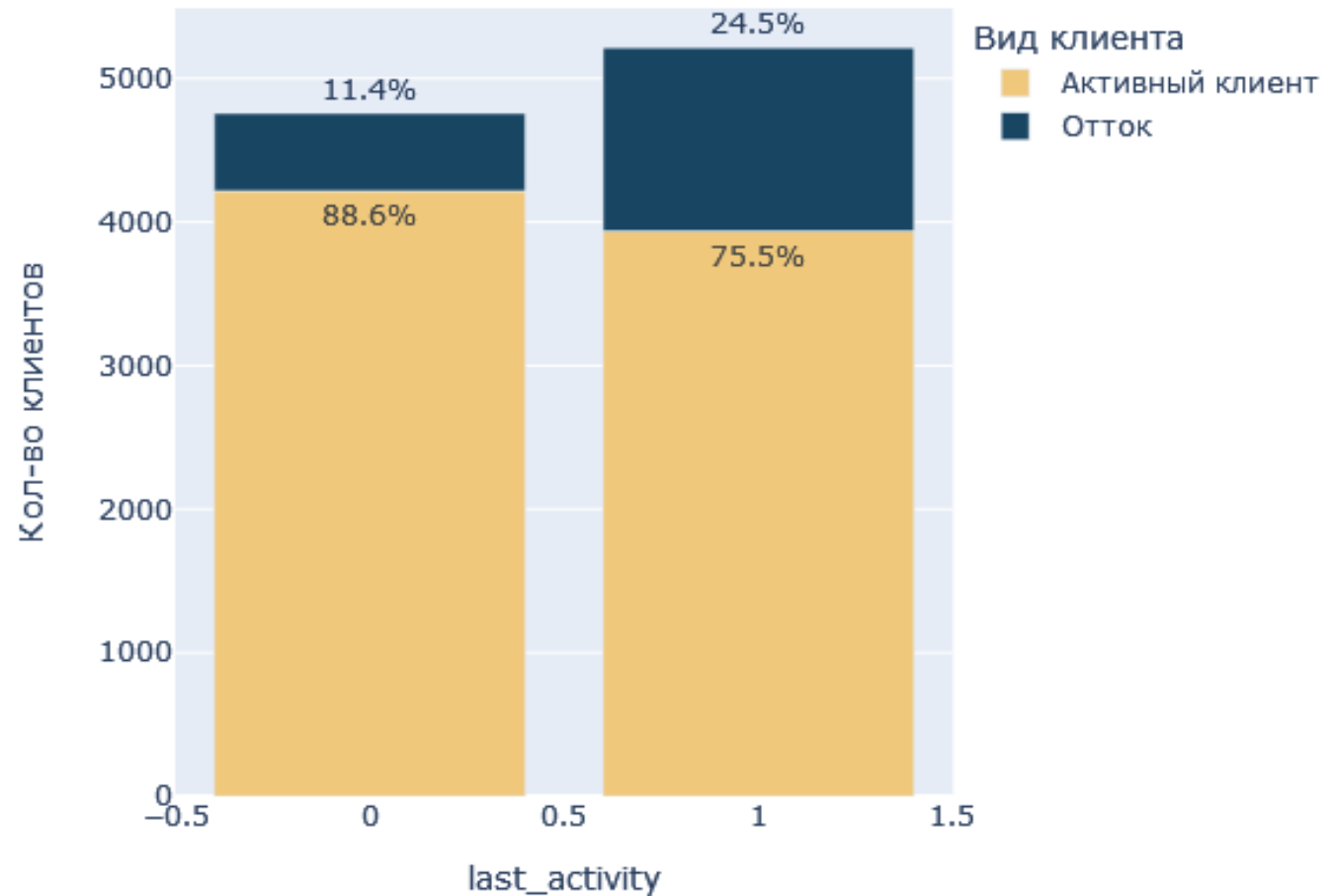
Распределение клиентов по активности

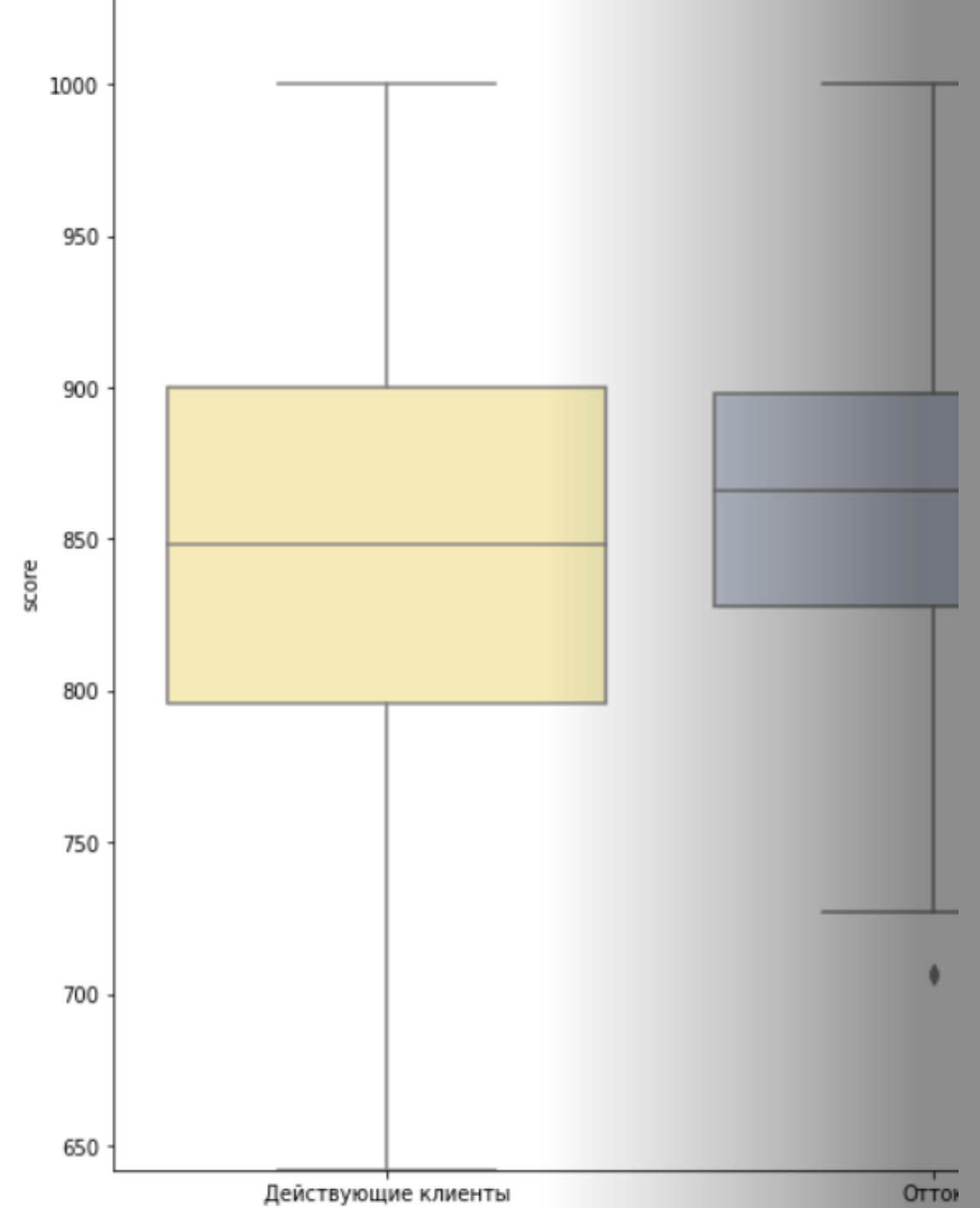
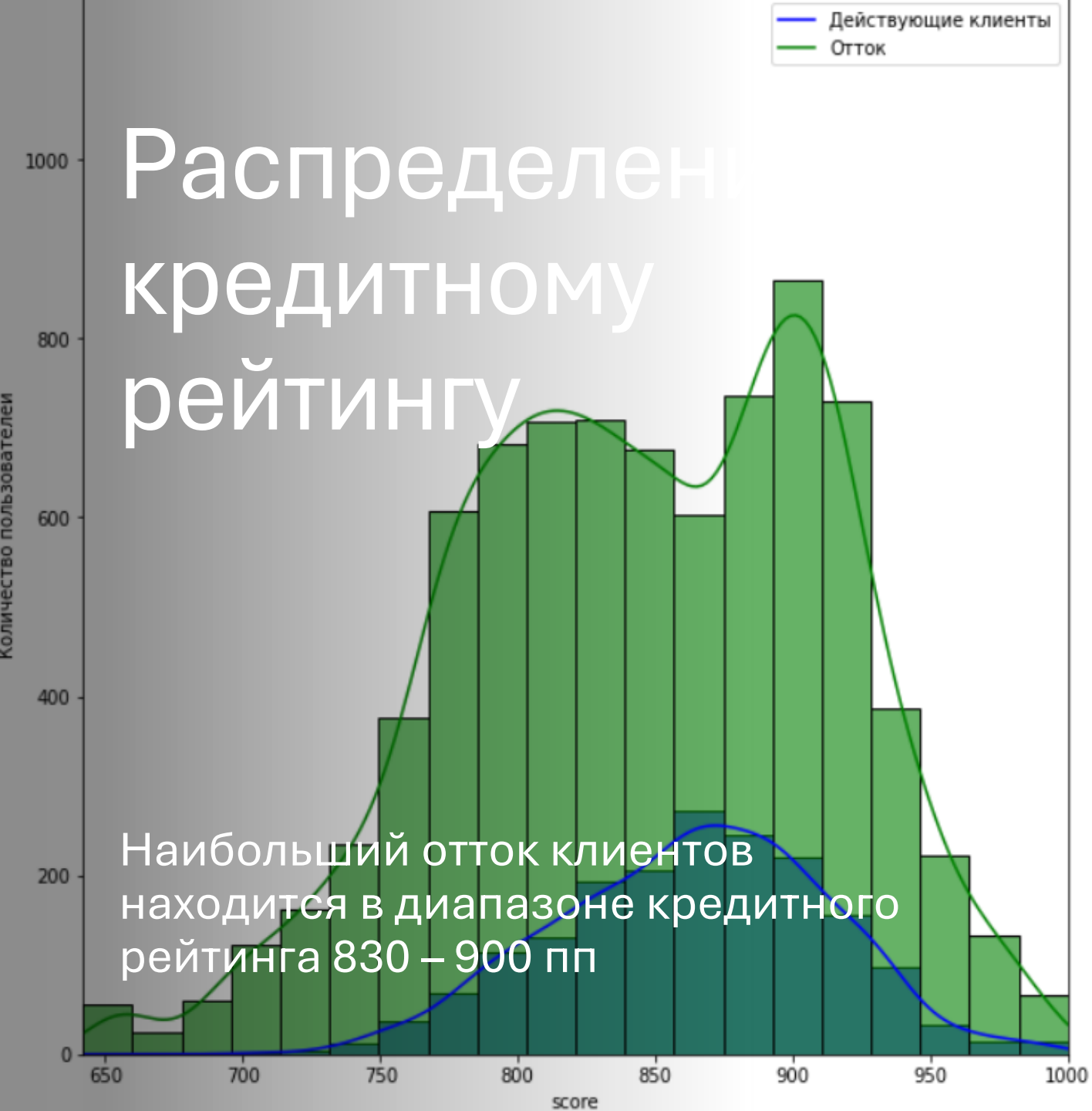
Ключ:

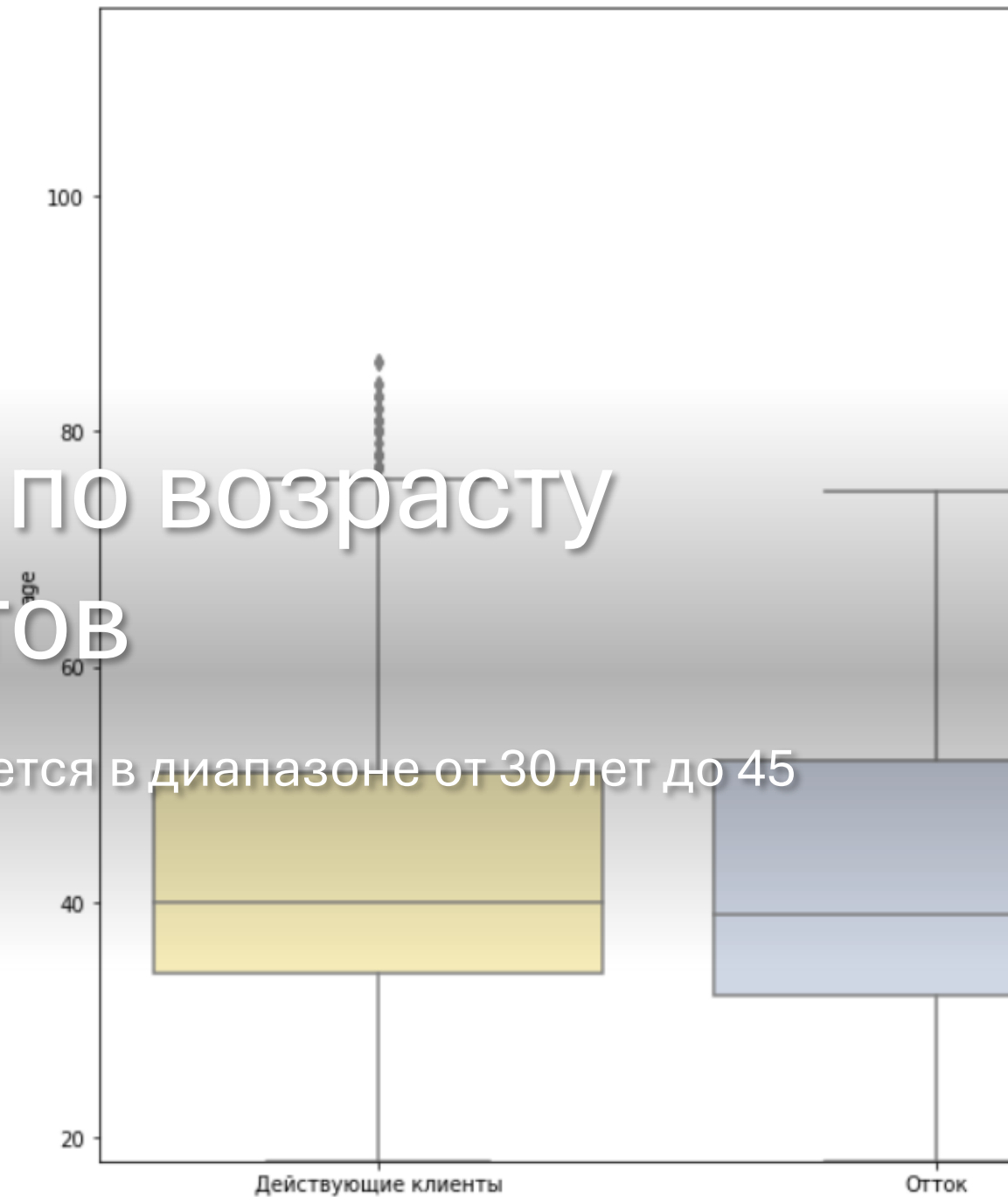
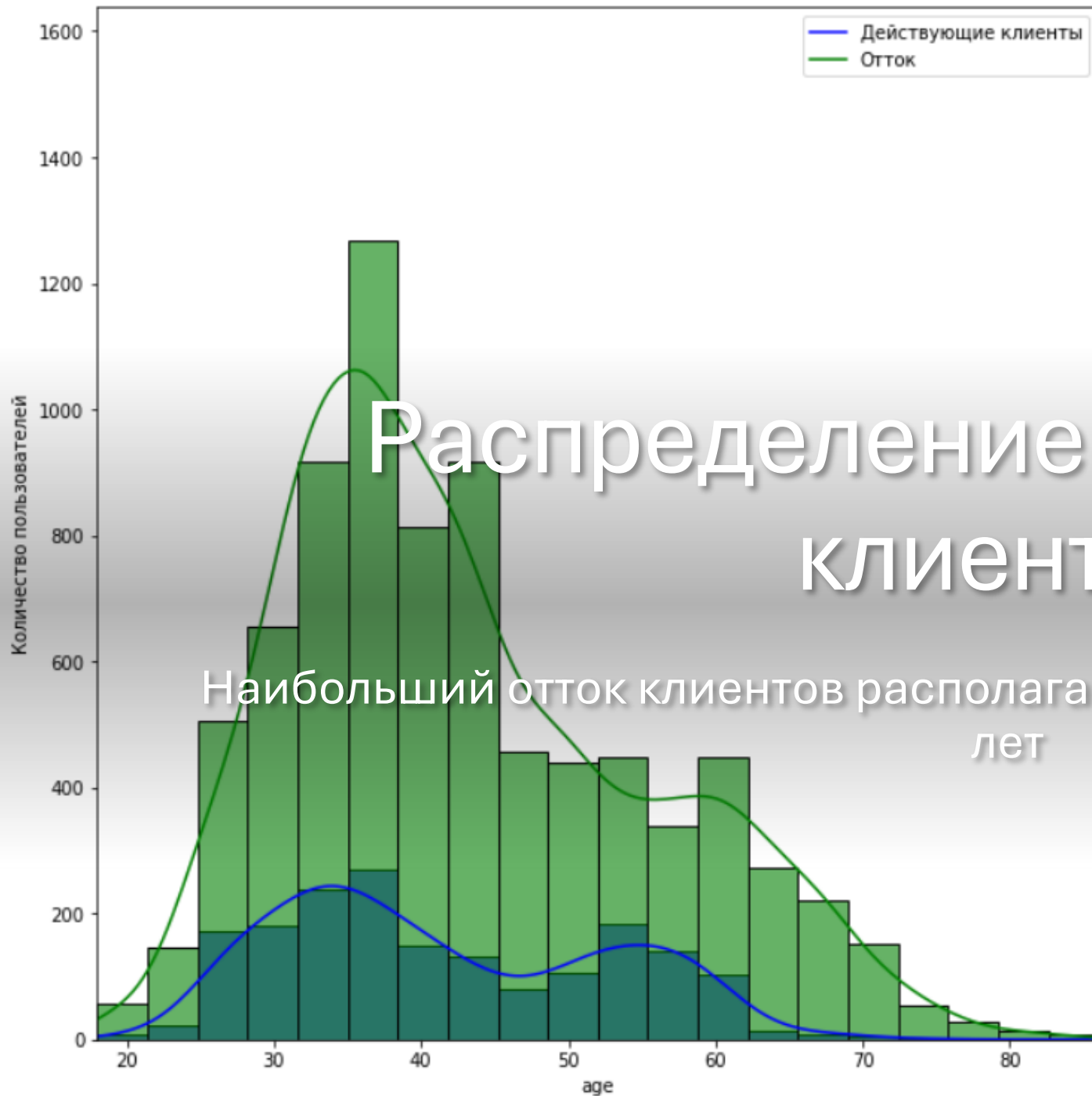
- 0 – клиент не активен
- 1 – клиент активный пользователь

Вывод:

Наибольший отток клиентов наблюдается в группе с высокой активностью пользователей, чем в группе пользователей без активных действий

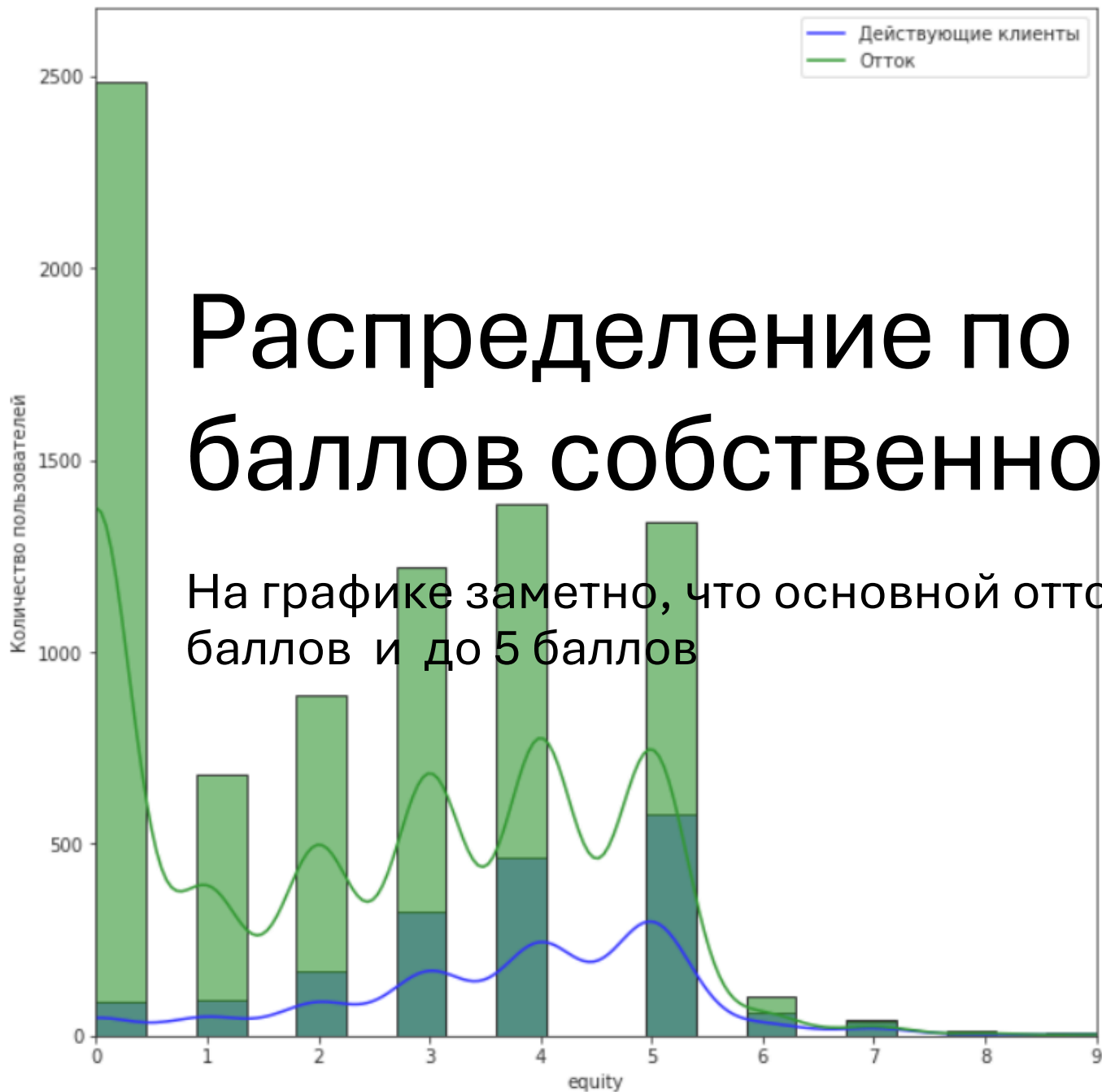






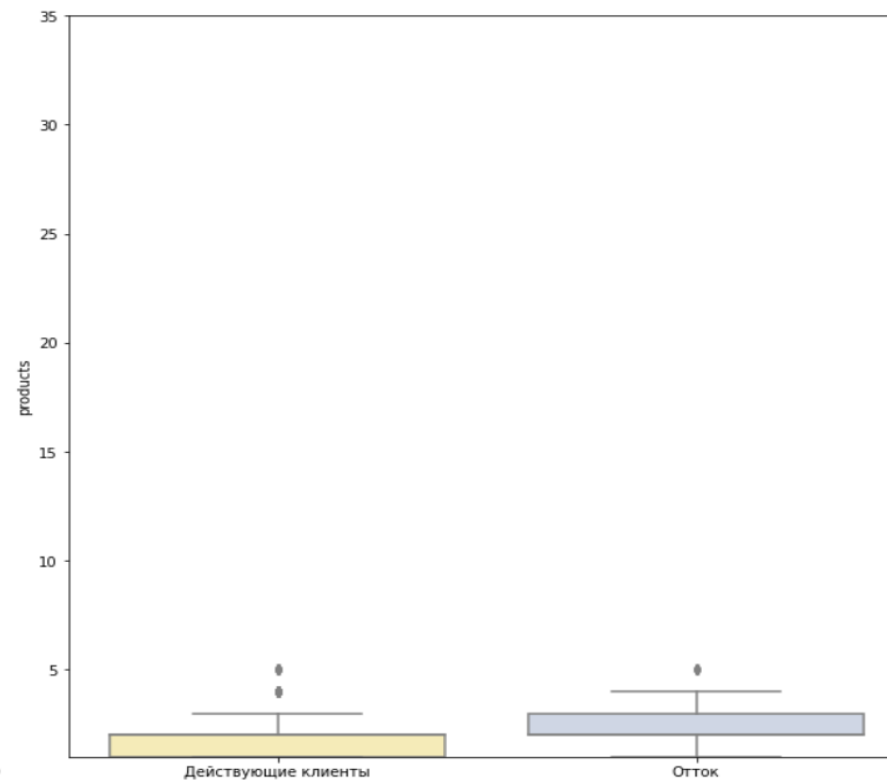
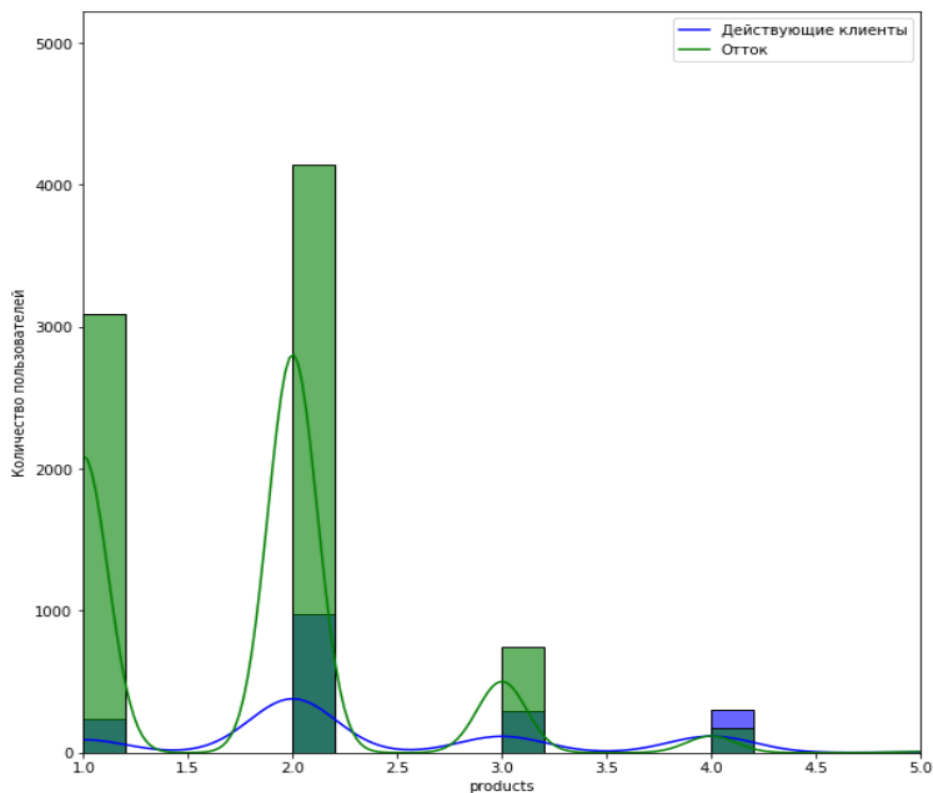
Распределение по наличию баллов собственности

На графике заметно, что основной отток клиентов сосредоточен с 3 баллов и до 5 баллов



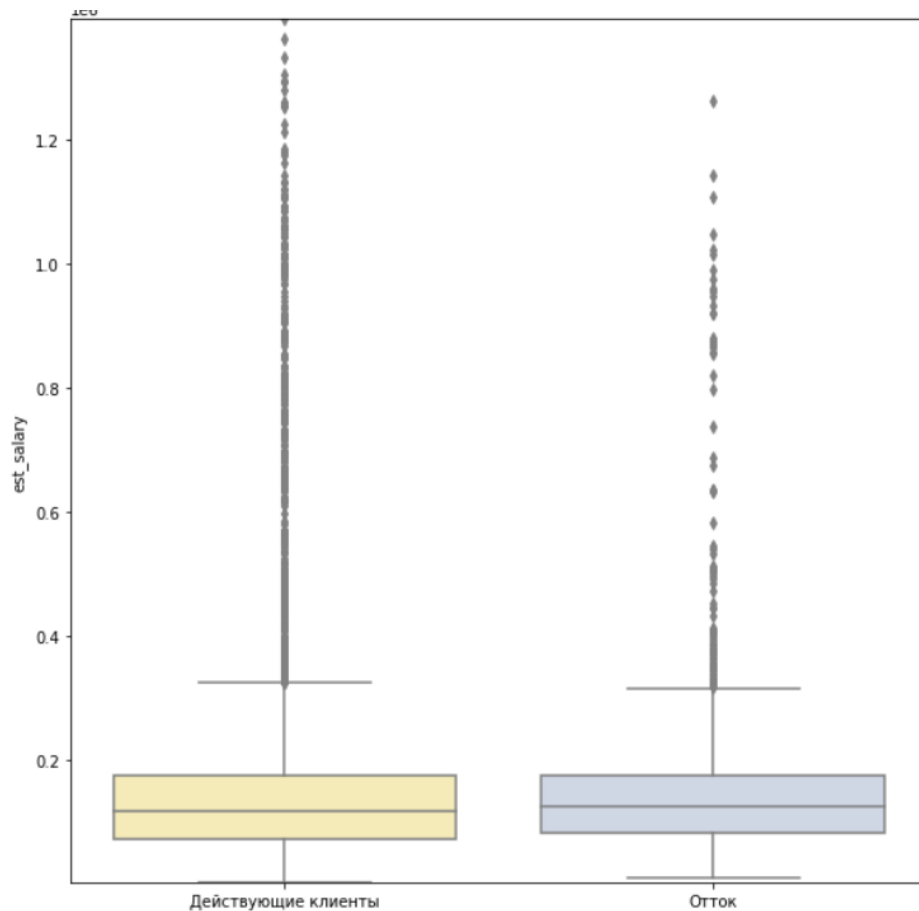
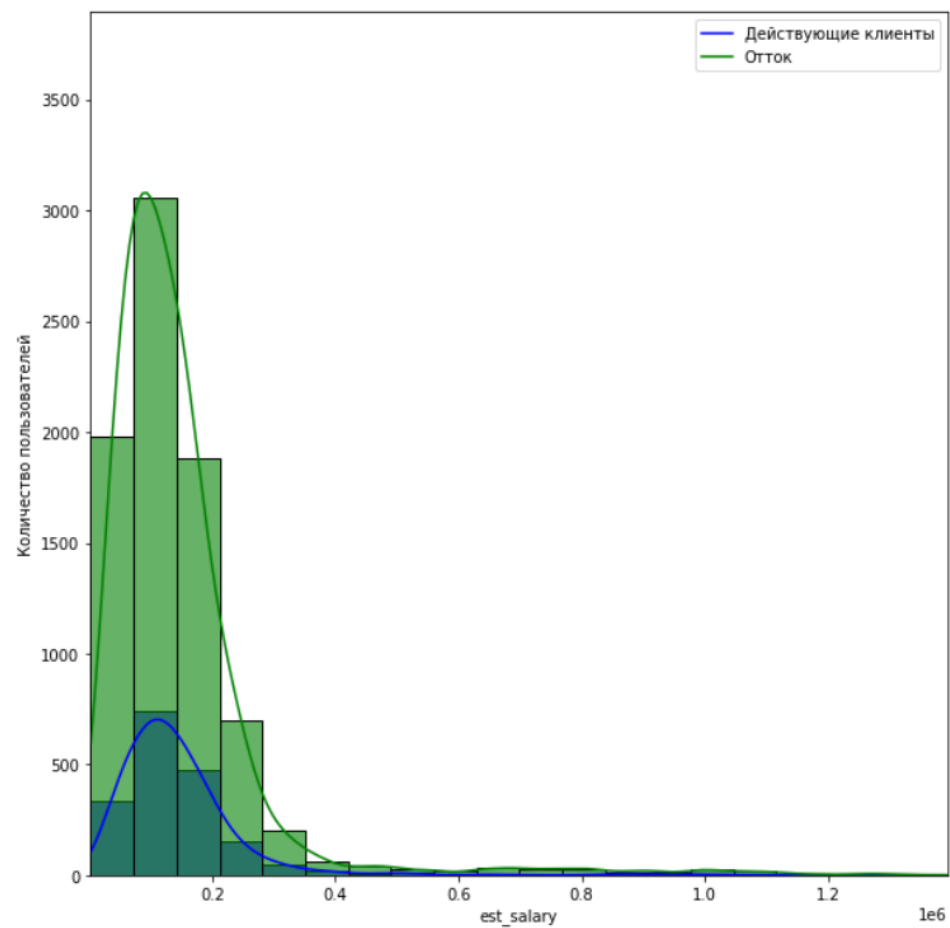
Распределение клиентов по наличию продуктов банка

По диаграмме размаха отчетливо видно что при повышении количества используемых продуктов повышается вероятность оттока клиентов.



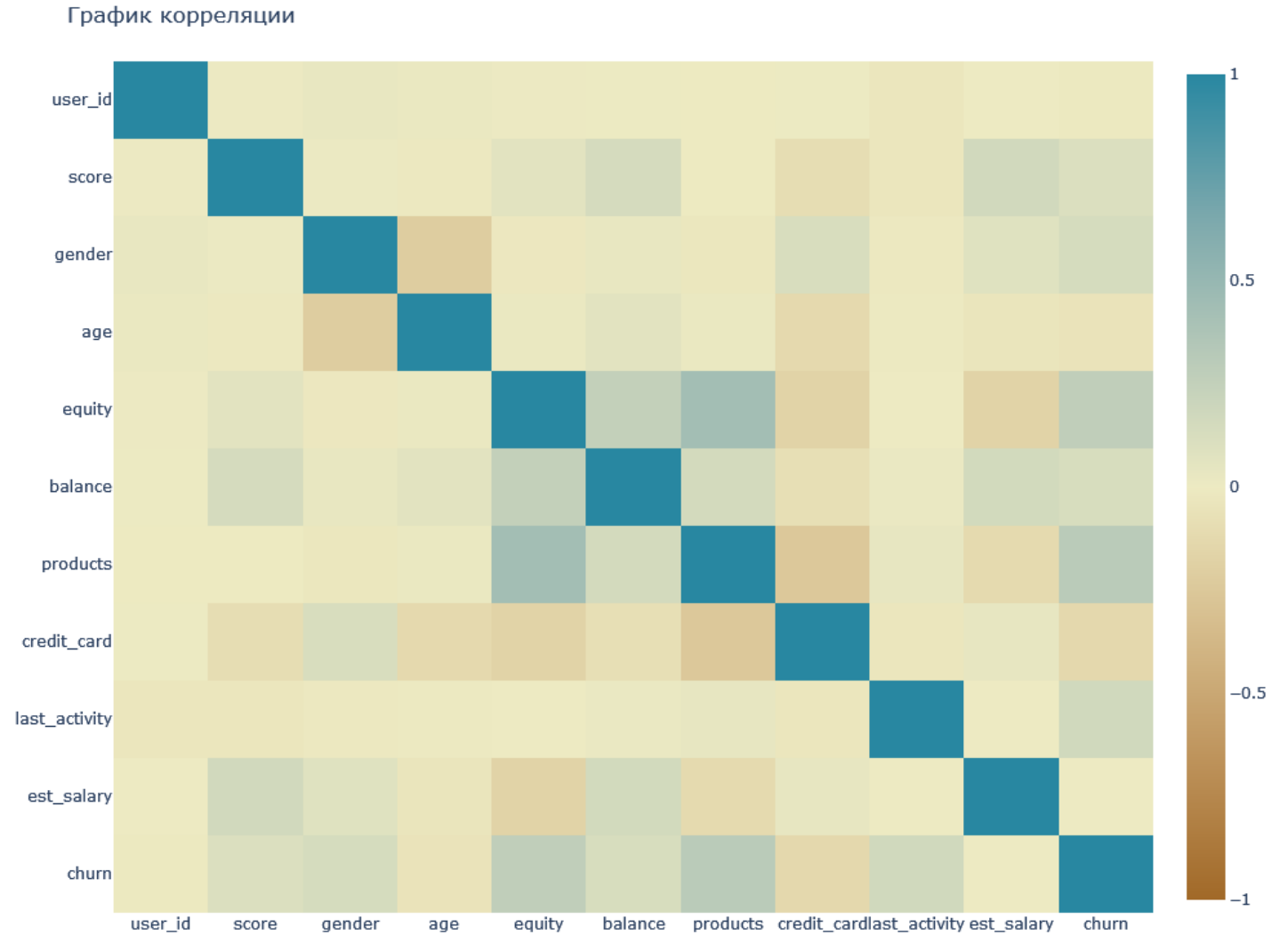
Распределение клиентов по оценочному доходу

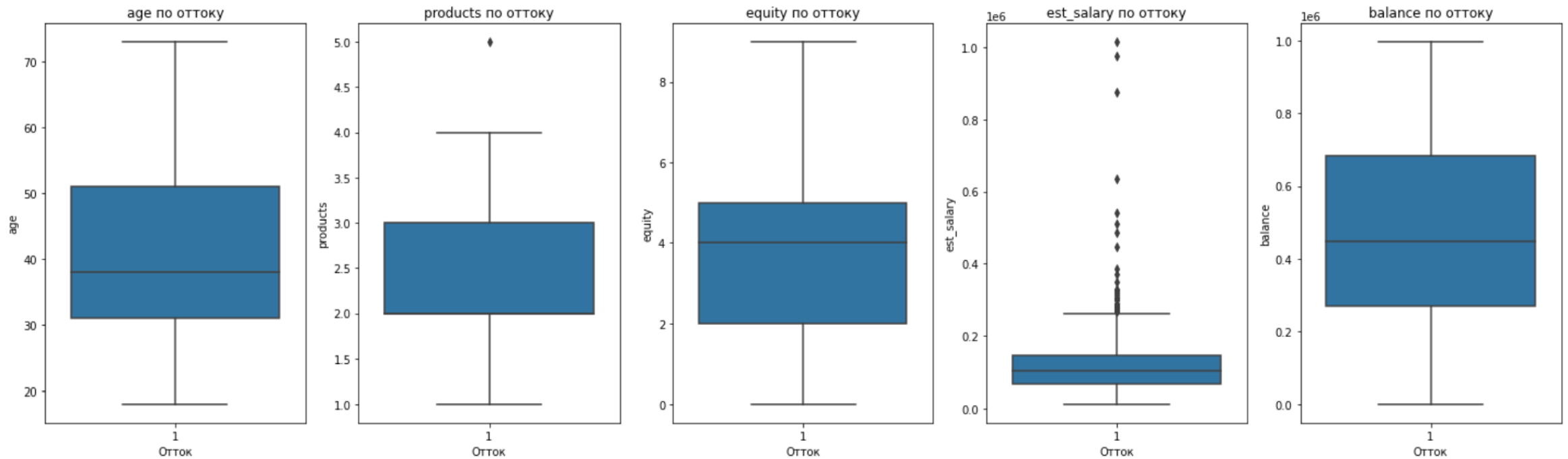
Оценочный доход лиц склонных к
оттоку из банка находится в
диапазоне от 100 000 руб. до 200 000
руб.



Корреляция параметров клиентов банка

- На хитмэпе иллюстрирующую корреляционные связи, можно выделить следующие связи:
- Чем более активный клиент, тем больше вероятность оттока (16,94%);
- Сильное влияние оказывает наличие продукта у клиента, это подтверждает прошлые наблюдения о повышении оттока у клиентов, использующих больше одного продукта;
- Также сильное влияние оказывает кол-во баллов собственности клиента;
- Гендер клиента влияет, но в меньшей степени, чем представленные критерии выше.
- Также можно обратить внимание на показатель, который имеет обратную связь:
- Наличие кредитной карты у пользователя снижает его возможность оттока.



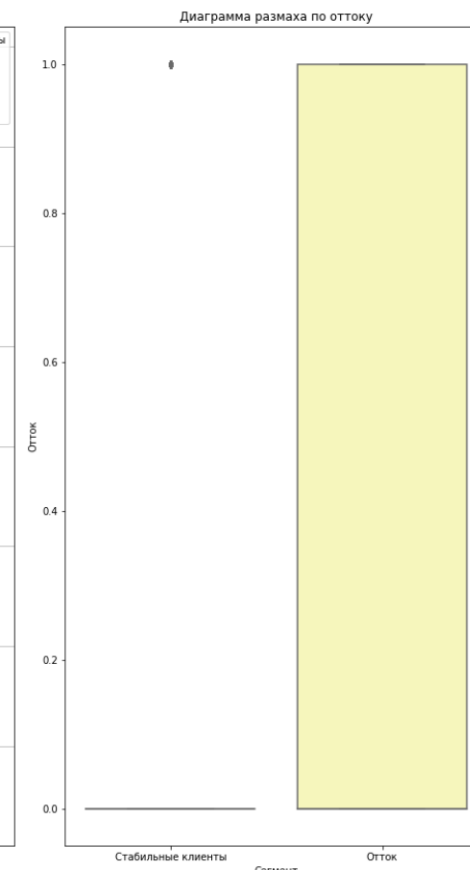
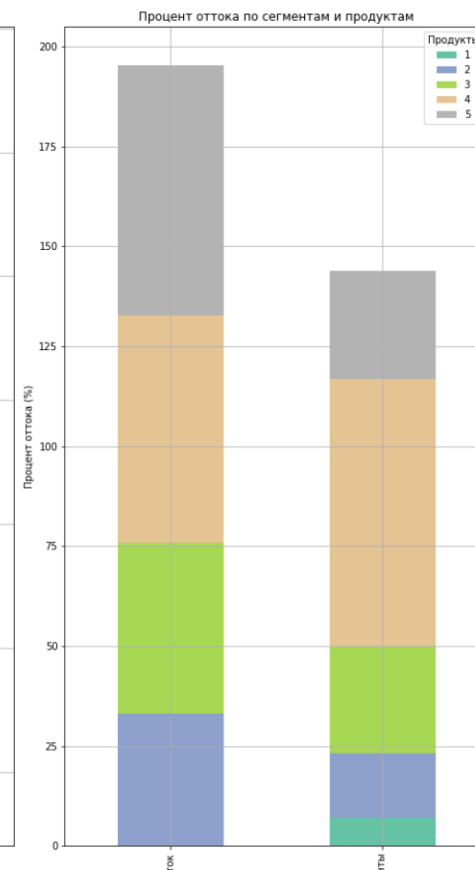
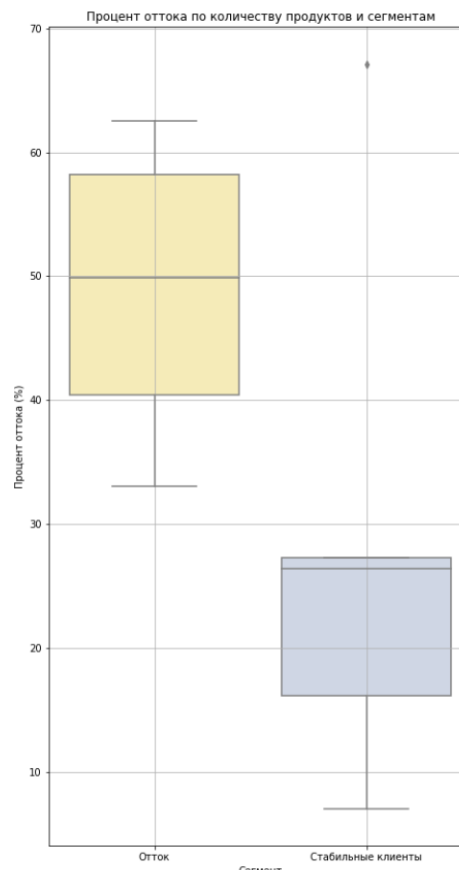


Анализ портрета клиентов склонных покидать банк по диаграмме размаха

- Возраст от 30 лет до 50 лет;
- Используют 2 - 3 продукта;
- Баллы недвижимости 3 - 5;
- Оценочный доход от 50 000 руб. до 300 000 руб.;
- Балланс от 250 000 руб до 700 000 руб.

Сегментация клиентов

- В ходе анализа можно увидеть, что в сегменте оттока сформированным на основе наблюдений на стадии ИДА наблюдается повышенное число клиентов уходящих из банка 37% против 15%:
- Возраст от 30 лет до 50 лет;;
- Используют больше от 2х до 4х продуктов;
- Большое кол-во баллов собственности от 3х;
- Клиенты активны.



Вывод

В ходе сегментации получились следующие выводы по оттоку клиентов:

- Возраст от 30 лет до 50 лет;
 - Используют больше от 2х до 4х продуктов;
 - Большее кол-во баллов собственности от 3х;
 - Клиенты активны.
-
- **Рекомендации для бизнеса:**
 - Фокусироваться на привлечении высокодоходных клиентов в Ярославле и Рыбинске
 - Разработать продукты и услуги, соответствующие потребностям разных возрастных групп, особенно в возрасте от 29 до 44 лет
 - Укрепить позиции в Ярославле, где сосредоточено большинство высокодоходных клиентов
 - Анализировать причины ухода среднedorогостоящих клиентов и разработать стратегии по удержанию их лояльности
 - Рассмотреть возможность создания специальных продуктов для молодых клиентов (до 25 лет) и пенсионеров (старше 60 лет)
 - Продолжить работу над повышением использования кредитных карт среди клиентов, особенно в Ростове, где этот показатель ниже
 - Разработать индивидуальные предложения для клиентов с различными уровнями доходов и кредитоспособности