

# Оценка уровня лояльности клиентов телекоммуникационной компании

Подготовил: Шаронов Д.С.

# Выводы:

## По клиентам:

- Большое число клиентов в Москве.
- Преобладают клиенты женского пола.
- Основная возрастная группа 25-44 года.
- Общий уровень потребительской лояльности 21.9%

## По «сторонникам»:

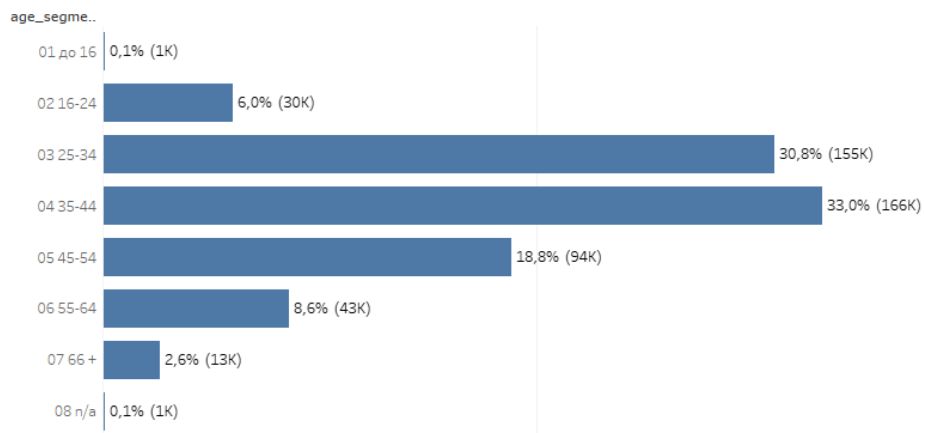
- Более половины от общего числа
- Число «сторонников» прямо пропорционально возрасту
- Клиенты женского пола более лояльны
- Число «сторонников» обратно пропорционально сроку «жизни» клиента
- Чем больше использованный трафик, тем ниже число «сторонников»

# Типичный клиент – москвич, 35-44 года \*

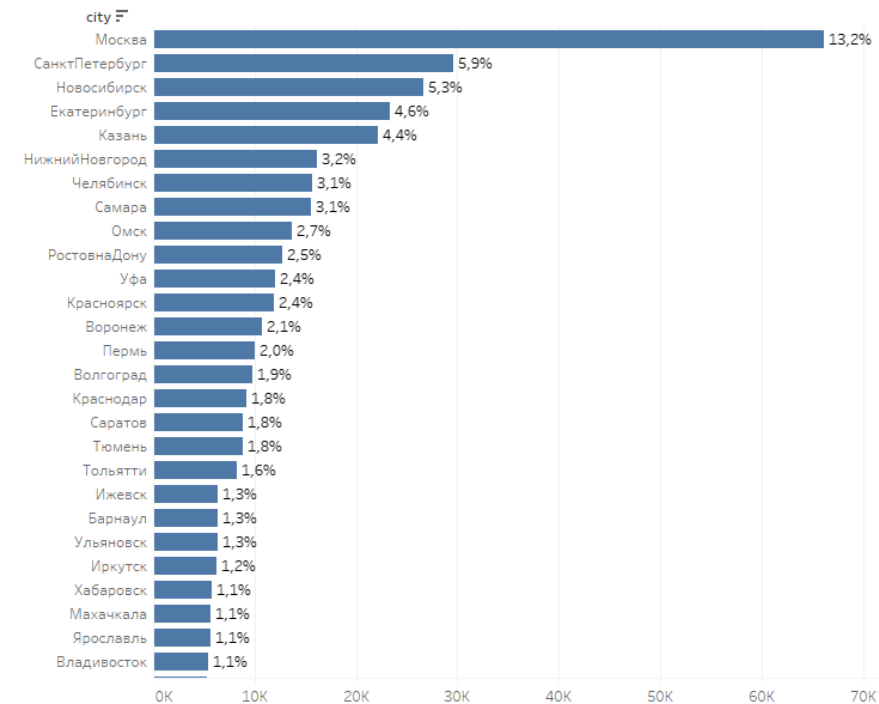
Пол клиента



Возраст клиента с группировкой по полу



Распределение клиентов по городам

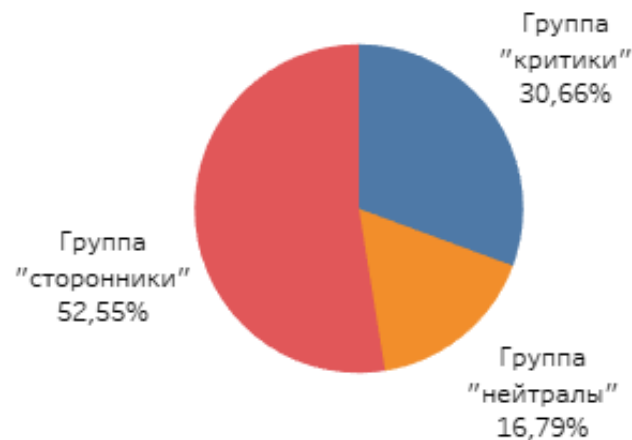


- Большое число клиентов в Москве.
- Преобладают клиенты женского пола.
- Основная возрастная группа 25-44 года.

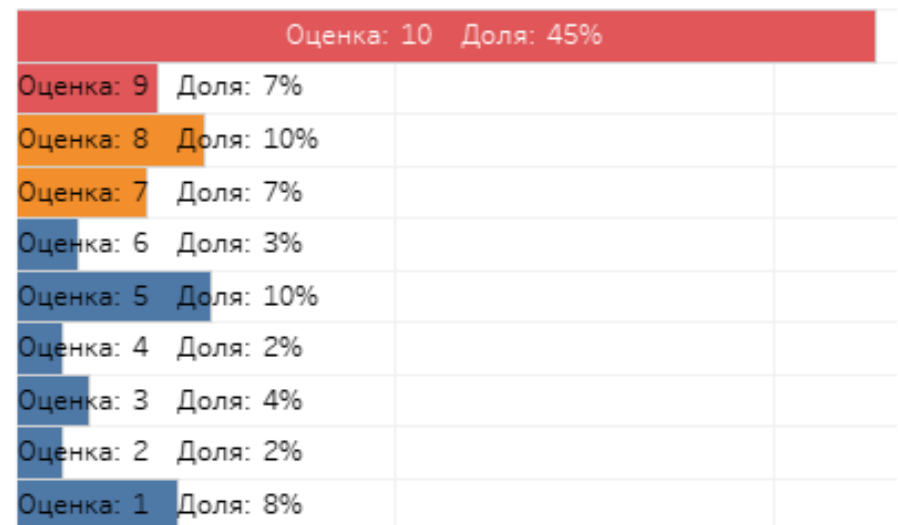
\* При первичной фильтрации по городу

# Общий уровень потребительской лояльности 21.9%

Группы лояльности



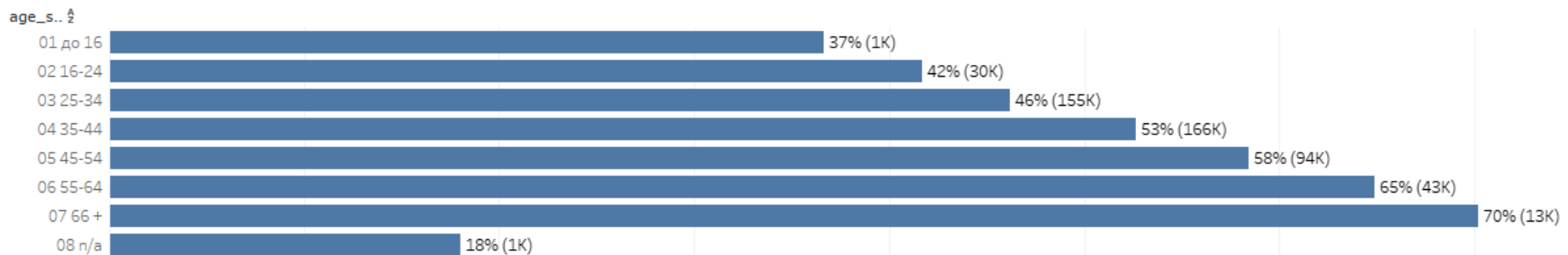
Распределение оценок клиентов



- «Сторонников» более половины
- Высокая доля клиентов с оценкой 10
- Доля минимальной оценки менее 10%

# Число «сторонников» прямо пропорционально возрасту

"Сторонники" по возрастным группам



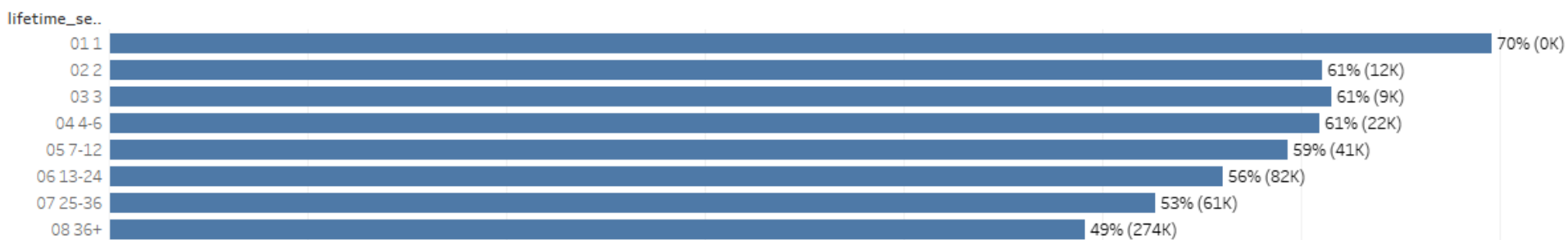
"Сторонники" по полу



- Больше всего лояльных клиентов в группе 66+
- Клиенты женского пола показывают большую лояльность
- Наименьшую лояльность показывают клиенты не указавшие возраст или пол

# Число «сторонников» среди «старых» клиентов ниже

"Сторонники" по лайфтайму (количеству месяцев "жизни" клиента)

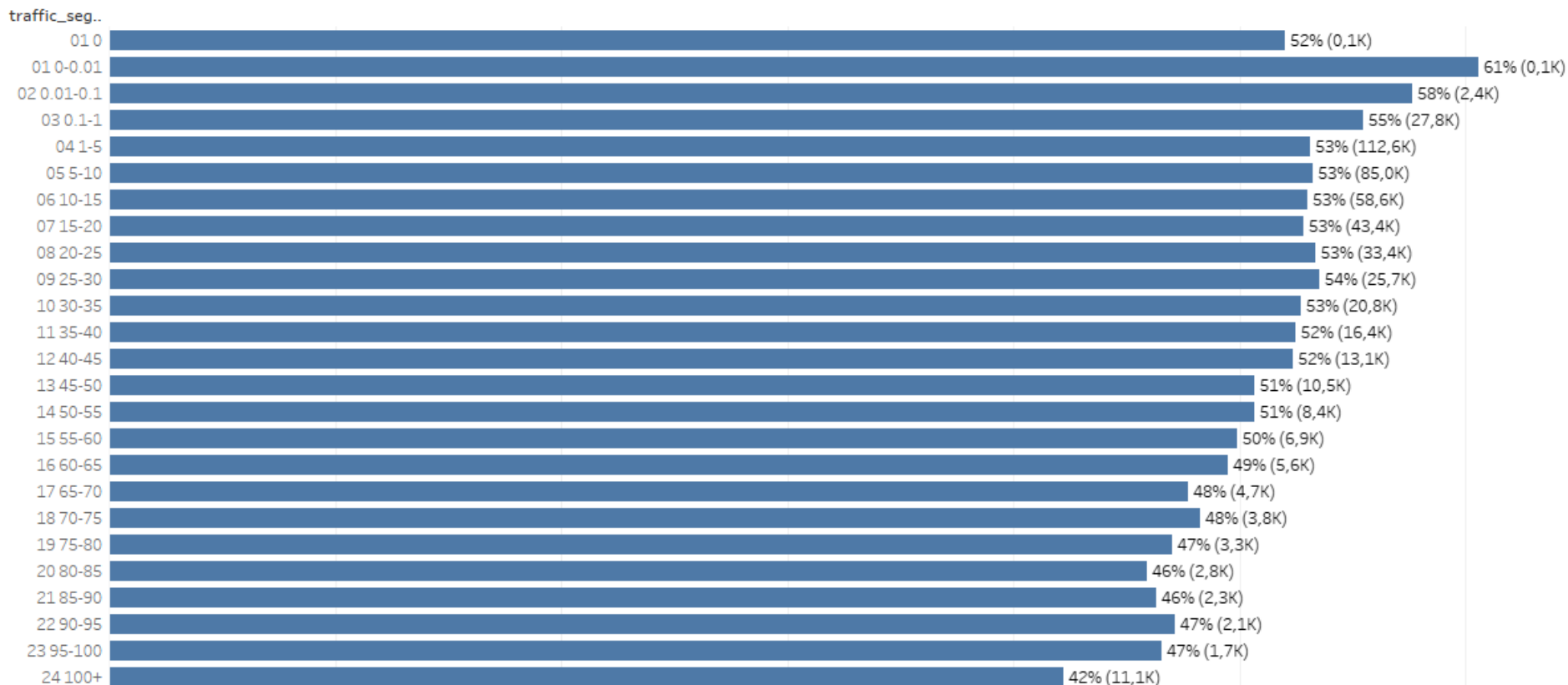


- Наибольшее число «сторонников» среди клиентов пользующихся услугами от 2-х до 4-х месяцев
- Наименее лояльны «старые» клиенты

*Данные по группе новых клиентов со сроком до 1 месяца не показательны из-за малой репрезентативности (менее 100 человек)*

# Чем больше трафик, тем ниже ЛОЯЛЬНОСТЬ

"Сторонники" по объему использованного трафика



15-я группа - граница для которой число «сторонников» половина от общего числа клиентов