

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ БАНКА «МЕТАНПРОМ»

НА ОСНОВЕ ДАННЫХ, ПРЕДОСТАВЛЕННЫХ МЕНЕДЖЕРАМИ БАНКА «МЕТАНПРОМ»



ДМИТРИЕВА Н.И.

NTL-DMITR@YANDEX.RU

+7 (921) 123-45-67

ОГЛАВЛЕНИЕ

- СЛАЙД 3: ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ
 - СЛАЙД 4: ОПИСАНИЕ ДАННЫХ
 - СЛАЙД 5: ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
 - СЛАЙД 6: ПОРТРЕТЫ ТИПИЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
 - СЛАЙД 7: РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ПРИЗНАКОВ ПО ОТТОЧНЫМ КЛИЕНТАМ
 - СЛАЙД 8: КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ
 - СЛАЙД 9: ПРОВЕРКА СТАТИСТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ
 - СЛАЙД 10: СЕГМЕНТАЦИЯ ДАННЫХ
 - СЛАЙД 12: РЕКОМЕНДАЦИИ
-

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЦЕЛЬ

- анализ и сегментация пользователей банка "Метанпром" для дальнейшего маркетингового воздействия с целью удержания действующих и уменьшения оттока ушедших клиентов

ЗАДАЧИ

- Изучить распределение количественных и качественных признаков
- Исследовать влияние признаков на отток клиентов
- Сформулировать и проверить статистические гипотезы
- Провести сегментацию пользователей;

ОПИСАНИЕ ДАННЫХ

ИСТОЧНИК ДАННЫХ

- датасет с обезличенными данными о клиентах, ПРЕДОСТАВЛЕННЫЙ МЕНЕДЖЕРАМИ БАНКА «МЕТАНПРОМ

ПАРАМЕТРЫ ДАННЫХ

- user_id — идентификатор пользователя
- score — баллы кредитного скоринга
- city — город
- gender — пол
- age — возраст
- equity — приблизительная оценка собственности клиентов
- balance — баланс на счёте
- products — количество продуктов, которыми пользуется клиент
- credit_card — есть ли кредитная карта
- last_activity — был ли клиент активен последнее время
- est_salary — оценочная заработная плата клиента
- churn — ушёл или нет

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- Средний возраст клиентов: 43 года
- Средний показатель оттока по выборке: 18%
- Слабая положительная корреляция по оттоку характерна для следующих показателей:
 - количество потребляемых продуктов (30%)
 - оценка объектов собственности (27%)
 - недавняя активность (17%)
- Результаты сегментации по количеству потребляемых продуктов:
 - Сегмент А (1 продукт): 33% выборки, 7.1 % оттока
 - Сегмент В (2 продукта): 51% выборки, 19.1% оттока
 - Сегмент С (3 продукта): 10% выборки, 28.6 % оттока
 - Сегмент D (4 и более продуктов): 5% выборки, 62.5 % оттока

ПОРТРЕТЫ ТИПИЧНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

	Активные клиенты	Отточные клиенты	Разница
Баллы кредитного скоринга	845.40	863.36	-17.97
Возраст	43.02	41.43	1.59
Приблизительная оценка собственности	2.38	3.76	-1.39
Баланс на счете	475,410.09	783,908.90	-308,498.81
Количество потребляемых продуктов	1.76	2.38	-0.62
Наличие кредитной карты	71%	55%	16%
Активность в последнее время	48%	70%	-22%
Оценочная заработная плата	118,227.60	125,408.88	-7,181.28

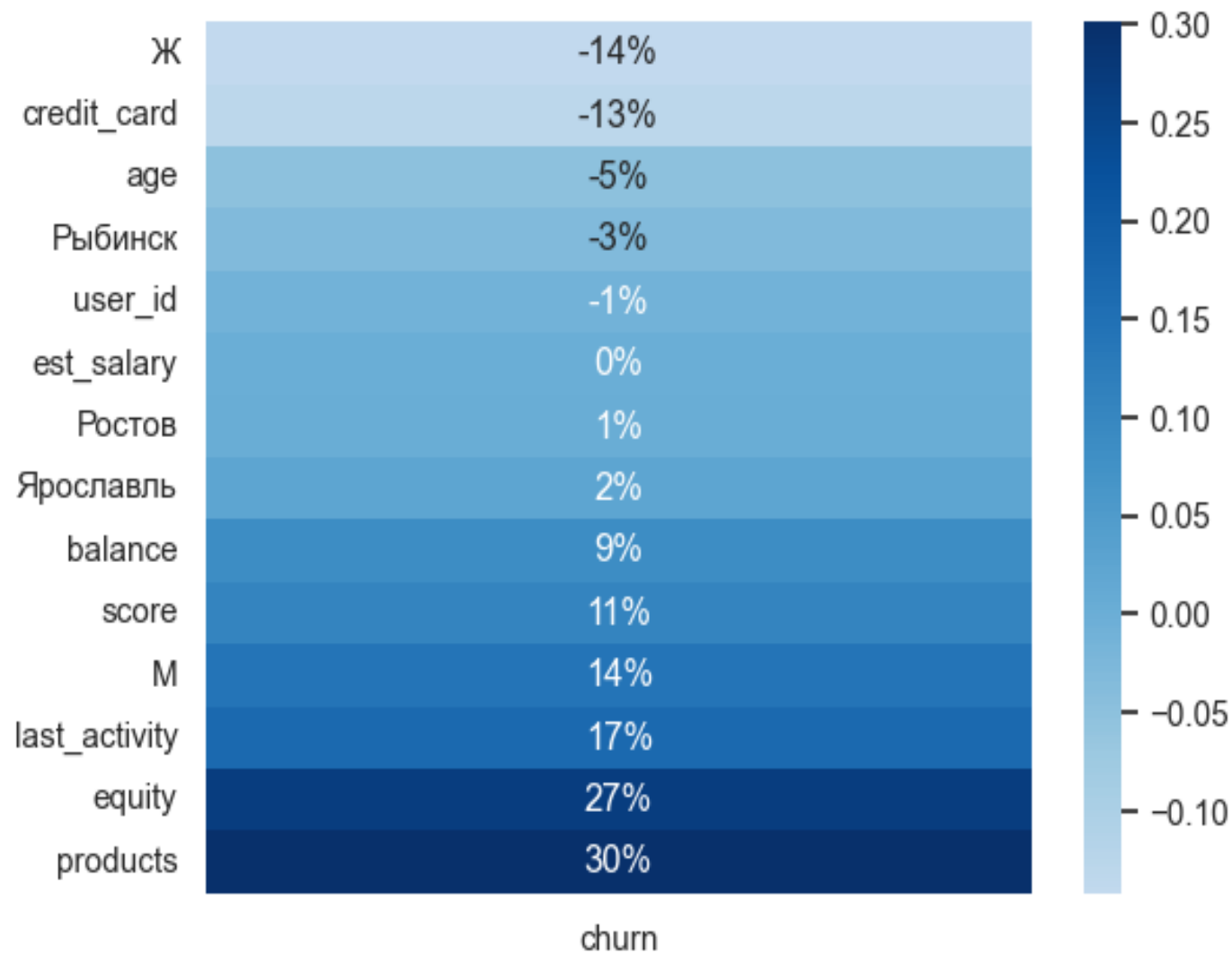
- Отточные клиенты характеризуются бóльшими значениями показателей в сравнении с активными.
- Исключение: показатель «наличие кредитной карты» (+ 16%)

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ПРИЗНАКОВ ПО ОТТОЧНЫМ КЛИЕНТАМ

Отточными клиентами являются пользователи со следующими характеристиками:

- скорринговые баллы: 830 - 910
- возраст: 32, 48 и 50-60
- оценка собственности: 3 и выше
- количество потребляемых продуктов: 3 и более
- баланс: более 700 тыс. руб.
- заработная плата: 50 - 150 тыс. руб
- пол: муж.
- город проживания: Ярославль
- наличие кредитной карты: да
- активность в последнее время: да

КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ



- Средний отток клиентов: 18.23%
- Слабая положительная корреляция по оттоку характерна для следующих показателей:
 - количество потребляемых продуктов (30%)
 - оценка объектов собственности (27%)
 - недавняя активность (17%)
 - мужской пол (14%)
 - баллы скоринга (11%)
 - баланс (9%)
 - город Ярославль (2%) и Ростов (1%).

ПРОВЕРКА СТАТИСТИЧЕСКИХ ГИПОТЕЗ

Гипотеза №1:

Средний возраст клиентов, использующих один продукт банка, равен среднему возрасту клиентов, которые используют два продукта.

Результат проверки:

Различия в возрасте пользователей 1го и 2х продуктов банка отсутствуют

Гипотеза №2:

Средний уровень заработной платы у действующих клиентов равен среднему уровню заработной платы у отточных клиентов

Результат проверки:

Размер заработной платы у отточных и активных клиентов не различается значительно

СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА

Сегмент А: количество потребляемых продуктов банка - 1

- Объем сегмента: 3323 человек или 33%.
- Средний возраст клиентов: 33-52 года.
- Баланс на счете: 250-800 тыс. руб.
- Заработная плата: 50-150 тыс. руб.
- Приблизительная оценка собственности от 2 до 5.
- Мужчин в сегменте представлено больше (54%).
- Больше половины пользователей (53%) показывают активность в последнее время.
- Самый низкий отток среди всех сегментов: 7,1%.

Сегмент В: количество потребляемых продуктов банка - 2

- Объем сегмента: 5119 человек или 51%.
- Средний возраст клиентов: 35-58 лет.
- Баланс на счете: 300-1000 тыс. руб.
- Заработная плата: 50-150 тыс. руб.
- Приблизительная оценка собственности от 3 до 5.
- Женщин в сегменте представлено больше (52%).
- Основная доля клиентов имеет кредитную карту (63%).
- Отток: 19,1%.

СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА

Сегмент С: количество потребляемых продуктов банка - 3

- Объем сегмента: 1058 человек или 10%.
- Средний возраст клиентов: 35-48 лет.
- Баланс на счете: 300-700 тыс. руб.
- Зарботная плата: 40-140 тыс. руб.
- Приблизительная оценка собственности от 0 до 2.
- Мужчин в сегменте представлено больше (57%).
- Основная доля клиентов не имеет кредитную карту (64%).
- Больше половины пользователей (58%) не показывают активность в последнее время.
- Отток: 28,6%.

Сегмент D: количество потребляемых продуктов банка - 4 и более

- Объем сегмента: 493 человек или 5%.
- Средний возраст клиентов: 35-46 лет.
- Баланс на счете: 400-1100 тыс. руб. Зарботная плата: 80-150 тыс. руб. Приблизительная оценка собственности от 3 до 5.
- Женщин в сегменте представлено больше (62%).
- Основная доля клиентов имеет кредитную карту (69%).
- Больше половины пользователей (79%) не показывают активность в последнее время.
- Отток: 62,5%.

РЕКОМЕНДАЦИИ

- **Для сегмента А:** Повышать лояльность клиентов женского пола специальными предложениями и бонусами с учетом интересов данных клиентов. Данный сегмент показывает максимальную активность. Поэтому можно обратить внимание на активных клиентов, которые в течение последнего времени пользуются услугами банка. Расположить этих клиентов можно дополнительными бонусами и предложениями.
- **Для сегмента В:** Для данного сегмента, наоборот, стоит сфокусировать работу с мужским полом. Для них можно предложить дополнительные бонусы, которые будут наиболее интересны для мужчин. Например, кешбек при тратах в автомобильных салонах, рыболовных магазинах, барбершопах, тренажерных залах и т.д.
- **Для сегмента С:** Ввиду того, что только треть сегмента имеет кредитную карту, можно заинтересовать клиентов специальным предложением именно кредитной карты.
- **Для сегмента D:** Точечная работа с клиентами. Несмотря на высокие баллы скоринга, суммы баланса и заработной платы, данная группа показывает максимальный процент оттока. Для сегмента можно предложить специальные предложения, в том числе в партнерских организациях, выгодные условия вкладов и кредитования с целью увеличения лояльности данных клиентов и их активности. В связи с довольно высокими доходами и баллами скоринга, можно предложить более низкие ставки для кредитования.
- **Для всех сегментов:** Изучить потребности молодой и более старшей аудитории. Продумать возможность создания продуктов с учетом разницы предпочтений в зависимости от возраста.