

Анализ оттока клиентов банка

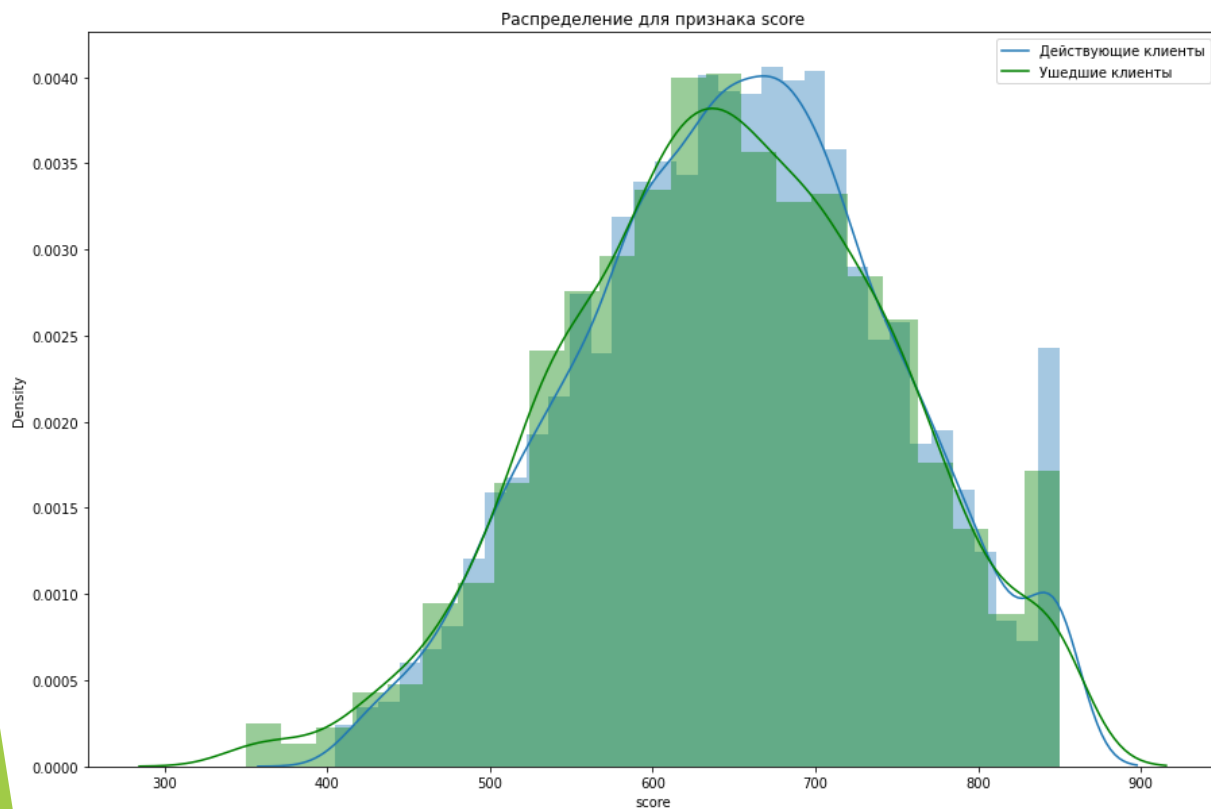
Исследование провел Гриднев Д.С.

Дата выполнения исследования: 16.06.2022 г.

Основные цели и задачи

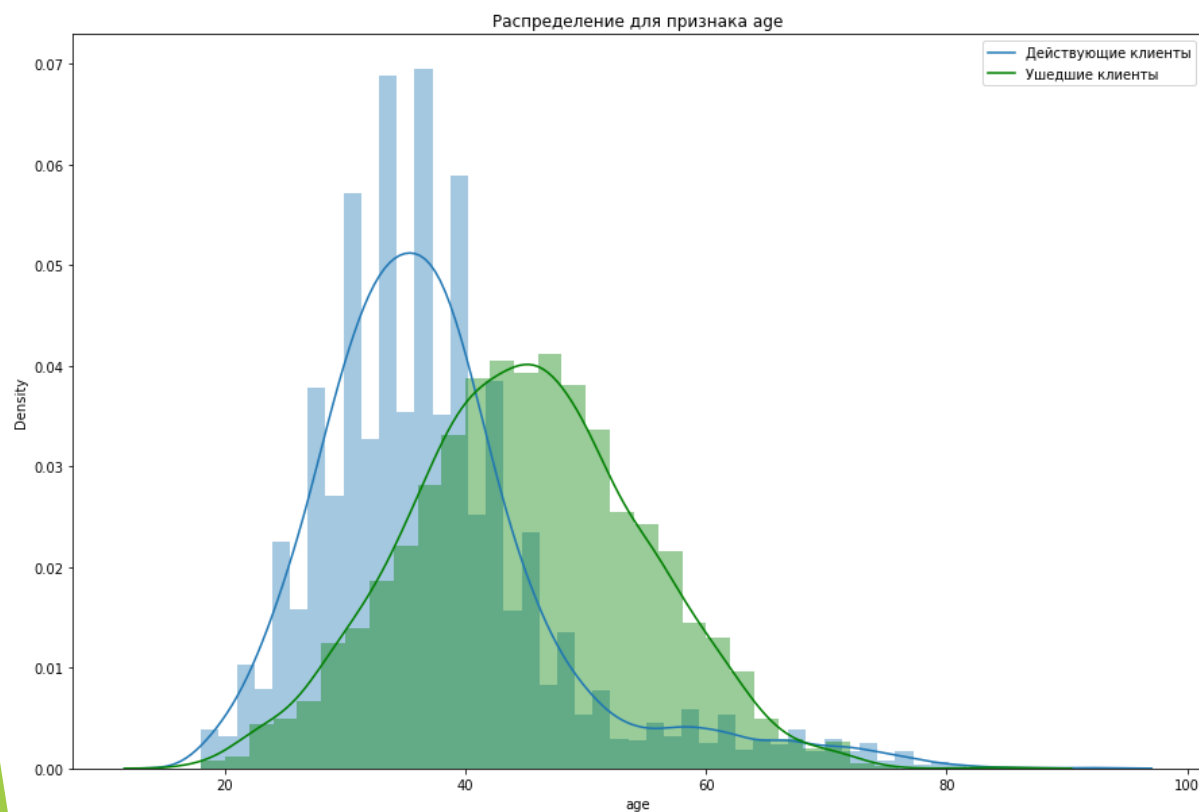
- ▶ **Цель исследования:** с помощью имеющихся данных предоставить рекомендацию менеджеру продукта/маркетологу о причинах оттока клиентов в трех городах, где представлена филиальная сеть банка
- ▶ **Задачи исследования:** выявить зависимости факта оттока с количеством продуктов, возрастом клиентов, городом, где расположен банк и прочих факторов, которые имеются в данных
- ▶ **Источник данных:** база данных банка «Метанпром»
- ▶ **Размер данных:** сведения о 1000 клиентов банка в трех городах: Ярославль, Рыбинск, Ростов Великий

Распределение рейтинга среди клиентов банка



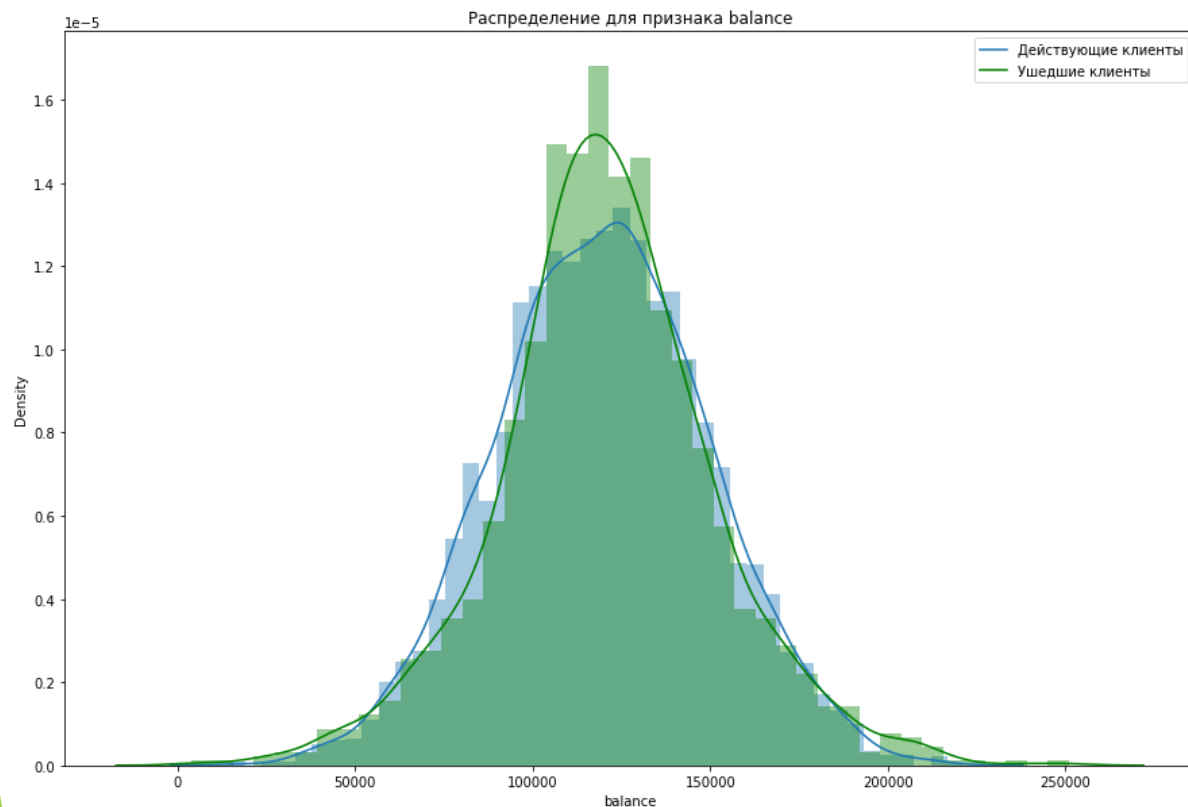
Средний рейтинг клиента составляет 650.
«Разброс» рейтинга находится в диапазоне от 350 до 850

Распределение возраста среди клиентов банка



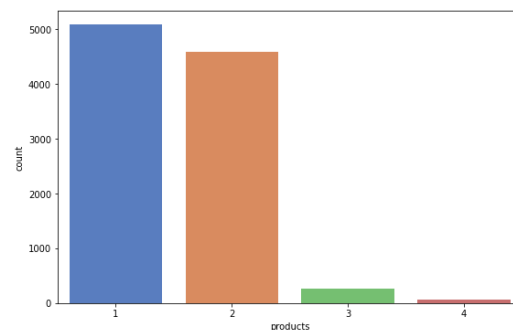
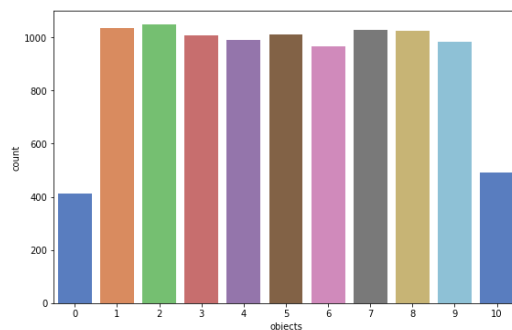
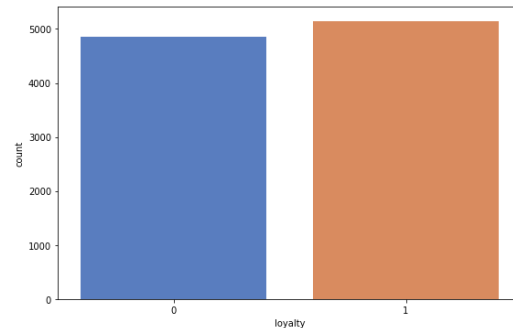
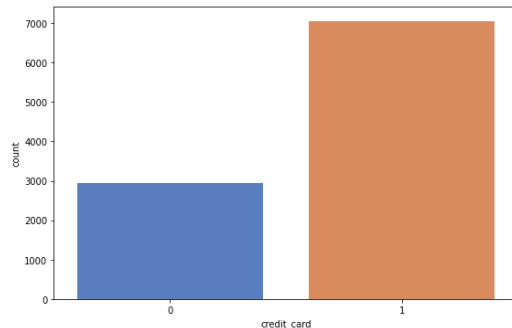
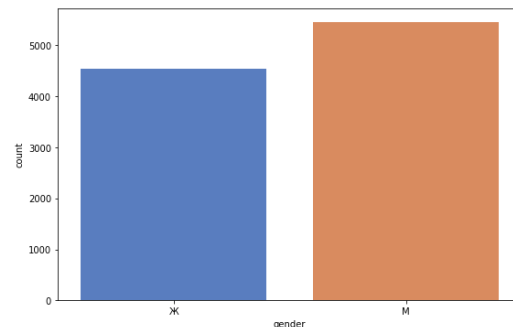
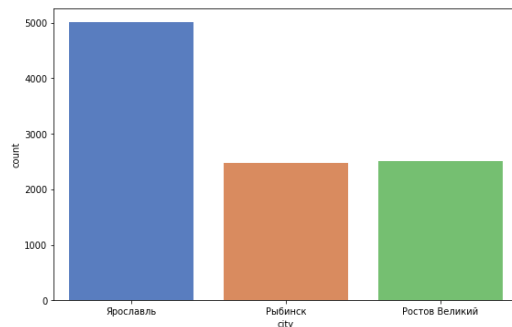
Средний возраст
клиента - 39 лет
Самому «молодому»
заемщику - 18 лет,
Самому «возрастному» -
92 года

Распределение средств (баланс) на счетах клиентов



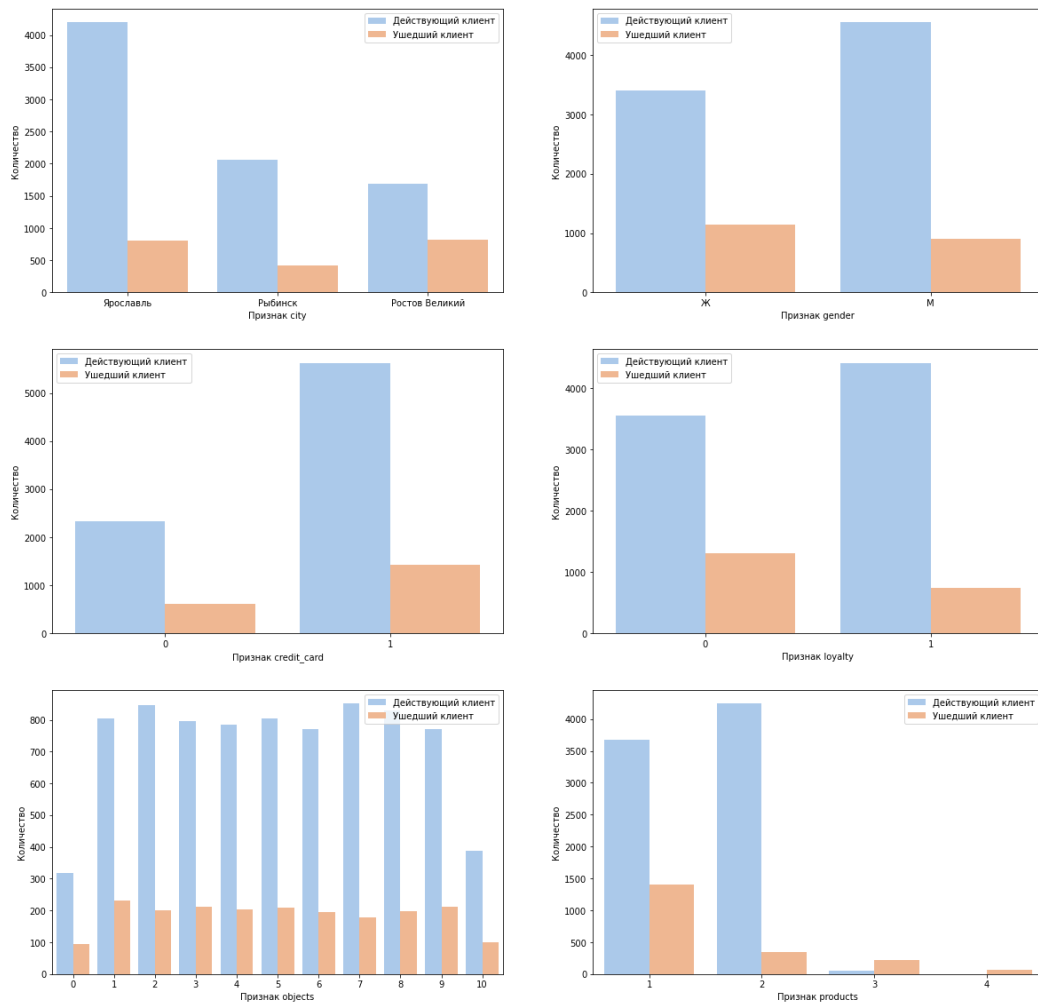
Средняя сумма на счете клиента составляет 120000 рублей
«Разброс» в контексте баланса находится в диапазоне от 3800 до 250000 рублей

Соотношение количественных значений по каждому из критериев



Данный график позволит соотнести количественные значения по каждому из участвующих в исследовании критериях. Например: в Ярославле наибольшее число клиентов, а чаще всего у клиентов банка есть 1 продукт

Соотношение оттока клиентов по каждому из критериев



С помощью данной визуализации можно оценить отток клиентов банка по каждому из критериев. Например, в Рыбинске «число оттока» меньше, чем в Ростове Великом

«Портрет» потребителя, наименее склонного к оттоку

- ✓ рейтинг 653 балла
- ✓ возраст 38 лет
- ✓ 5 объектов в собственности
- ✓ 122000 на балансе
- ✓ 1 продукт
- ✓ 70% имеют кредитную карту
- ✓ 56% активны
- ✓ средняя зарплата 100000

- ⚠ рейтинг 645 баллов
- ⚠ возраст 45 лет
- ⚠ 5 объектов в собственности
- ⚠ 121000 на балансе
- ⚠ 1 продукт
- ⚠ 70% имеют кредитную карту
- ⚠ 35% активны
- ⚠ средняя зарплата 101000

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

Больше всего клиентов в Ярославле, примерно столько же, как и в Рыбинске и Ростове Великом суммарно

Количество клиентов с кредитной картой в 2 раза больше, чем тех, кто таким продуктом не пользуется

Чаще всего, клиенты имеют 1-2 продукта. Чтобы было 3-4 - крайне редкое явление.

Тем не менее, большое количество продуктов встречается чаще у женщин, чем у мужчин

В контексте соотношения действующий/ушедший клиент лучше всего обстоят дела в Ярославле, в Ростове Великом же отток близок к половине количества оставшихся клиентов

Соотношение по количеству ушедших между тем у кого есть кредитная карта и теми, у кого ее нет примерно равное

Наиболее часто уходят клиенты с одним продуктом, а вот среди клиентов с двумя продуктами показатель значительно лучше

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

Больше всего клиентов в Ярославле, примерно столько же, как и в Рыбинске и Ростове Великом суммарно

Количество клиентов с кредитной картой в 2 раза больше, чем тех, кто таким продуктом не пользуется

Чаще всего, клиенты имеют 1-2 продукта. Чтобы было 3-4 - крайне редкое явление.

Тем не менее, большое количество продуктов встречается чаще у женщин, чем у мужчин

В контексте соотношения действующий/ушедший клиент лучше всего обстоят дела в Ярославле, в Ростове Великом же отток близок к половине количества оставшихся клиентов

Соотношение по количеству ушедших между тем у кого есть кредитная карта и теми, у кого ее нет примерно равное

Наиболее часто уходят клиенты с одним продуктом, а вот среди клиентов с двумя продуктами показатель значительно лучше

В ходе исследования были сделаны следующие выводы:

- Обратить внимание на доступность отделений банка и качество сервисов. Как пример: недостаточно развита сеть банкоматов, клиенту легче уйти в другой банк, чем продумывать логистику, и.т.п.
- Обратить внимание на градацию сервисов в зависимости от возрастной категории. Проанализировать всю имеющуюся обратную связь (как от действующих клиентов, так и ушедших) и принять конструктивные меры
- наблюдаем, что 3-4 продукт в банке крайне редко встречается у клиентов. Разработать/актуализировать программу лояльности, возможность реструктуризации, и.т.п.
- Следует наладить систему информирования (ненавязчивую!), например, обзвон или приглашение в отделение банка (смотря какой "статус" клиента), в ходе которого уточнять причины потенциального ухода из банка и предлагать эквивалентные способы решения проблемы
- В целом провести аудит качества предлагаемых услуг и их доступности
- Необходимо проверить соответствие предлагаемых продуктов целевой аудитории.

Спасибо за внимание!