Hola Miranda y equipo.

Durante el último mes trabajé en el proyecto de retención proactiva de clientes, en el cual analizamos las características y los motivos por los cuales más de 286.000 clientes se dieron de baja entre 2019 y 2021, y este video es para comentar los hallazgos que me parecieron relevantes para compartir. Estos resultados podemos dividirlos en dos secciones:

**NEXT**

- Por un lado vamos a hablar de qué tipo de clientes se dan de baja y qué los caracteriza.

- Y por otro lado, vamos a proponer una buena práctica que nos podría permitir anticipar algunas de estas bajas.

**NEXT**

Entonces, comenzamos con la descipción de estos grupos.

**NEXT**

**Cluster1:** primero, identificamos que existe un grupo de clientes que se dan de baja que

- Cobran su sueldo en el banco;  
- Vemos que utilizan mucho el banco: tienen tarjetas de crédito cuya cantidad de transacciones y monto superan por mucho al resto de los grupos;   
- Realizan y reciben transferencias;   
- Registran muchas transacciones;   
- Algunos de ellos toman seguros;   
- En general tienen débitos automáticos.   
- Y además no suelen tomar préstamos;

**Todo esto** hace que nos den **mucha** rentabilidad en relación al resto de los grupos. Entendemos que se trata de clientes con **cierto grado de fidelidad** hacia el banco, ya que tampoco realizan transacciones en cajeros de otros bancos.

Podríamos pensar que es un grupo de clientes fieles, conservadores, probablemente sean cabezas de familia.

Si es por encontrar alguna imagen icónica y descriptiva de ellos, diría que me hace acordar a la familia Flunders.

Sobre este grupo, el consejo es que hay que evitar a toda costa que se den de baja. Podríamos, por ejemplo, bajarles la tasa de financiación de las tarjetas.

**NEXT**

**Cluster2:** luego encontramos un grupo de clientes que:  
  
- No reciben haberes con nosotros;   
- Le generan poca rentabilidad al banco;   
- Y de hecho no utilizan mucho el banco: tienen poco dinero en caja de ahorro; muestran muy poca actividad en home banking y en cajeros automáticos, e incluso no tienen la APP; no tienen ni usan tarjetas de crédito;  
- No reciben ni hacen transferencias;  
- Realizan muy pocas transacciones;  
- No tienen seguros;  
- Tampoco tienen débitos automáticos;  
- No son morosos;  
- **Pero se destacan en que suelen tomar algun préstamo personal;**

Podríamos decir que es un grupo de clientes que tiene cuenta con nosotros por las dudas, por si hay alguna promoción que le sirve, pero que probablemente tengan otro banco principal y muchos más bancos secundarios. Son clientes que no se sabe a qué banco le pertenecen de verdad.

Si es por ponerles un nombre, a mi me hacen acordar a San Lorenzo. Se llama San Lorenzo de Almagro, pero tiene su estadio en Bajo Flores y se quieren mudar a Boedo. No sabemos de dónde son. No sabemos por qué están con nosotros, ni por cuánto tiempo estarán aquí, ya que enrealidad pertenecen a otro lado y lo muestran de forma clara.

El consejo para este grupo es que no son tan importantes para el banco, podría ser una opción prescindir de ellos.

**NEXT**

**Cluster3:** el tercer grupo, incluso no recibiendo sus haberes con nosotros, se caracteriza por tener más productos del banco que el resto de los clústers;  
- No se caracteriza por generar mucha o poca rentabilidad;  
- Tienen y utilizan tarjetas de crédito;  
- Realizan y reciben transferencias activamente;  
- Transaccionan frecuentemente;  
- Suelen tener préstamos personales y seguros;  
- Tienen asociados débitos automáticos;  
- Y además son clientes que entran comunmente en mora.

Diría que es un grupo de clientes con poco control de si mismos, parecen ser compulsivos y consumistas. Sería un error perder estos clientes. A lo mejor se les puede bajar las comisiones, que usen los productos como quieran.

**NEXT**

**Cluster4:** este cluster es muy interesante. Se trata de clientes que:  
- Reciben el salario con nosotros;  
- Registran muchas transferencias;  
- También muchas transacciones;  
- Son los que más préstamos personales tienen, tanto en monto como en cantidad;  
- Es común que tengan seguros;  
- Vemos que tienen débitos automáticos integrados;  
- Y no suelen entrar en mora.  
- Además, tienen mucha actividad en la APP y muchas transacciones en cajeros automáticos.  
- Por todo esto, son los **que más rentabilidad** le generan al banco;  
- Pero, **paradógicamente a todo esto**, no tienen tarjetas de crédito.

Este conjunto de comportamientos me hace creer que son clientes super-activos, oportunistas, e infieles. Si bien cobran el salario con nosotros, tienen otras cuentas bancarias y mueven el dinero según les convenga. Sería un error dejar que estos clientes se den de baja. Tenemos que lograr que seamos su primera opción, que no nos traicione.

Le pondría de nombre “Clientes traicioneros”, y me hacen acordar a COBOS.

Es fundamental conservar a estos clientes. Son los que más rentabilidad generan, incluso no teniendo tarjetas. Quizá si se les regala las mejores tarjetas sin costo deciden quedarse.

**NEXT**

**Cluster5:** el quinto grupo está conformado por clientes que se caracteriza por tener muy poca actividad:  
- No cobran el sueldo con nosotros;  
- Tienen tarjetas de crédito y no las usan;   
- Reciben y hacen pocas transferencias;  
- En el último trimestre no realizaron transacciones;   
- No tienen seguros;  
- No tiene débitos automáticos;  
- No son morosos;   
- Más que nada se destacan en que suelen tener préstamos personales; **- En definitiva, al banco le generan muy poca rentabilidad.**

Además, no tienen la APP, no usan home banking y tienen muy poca plata en sus cajas de ahorro.

Se habrán abierto la cuenta por algún beneficio en específico que ya no está activo o está por vencerse, probablemente un préstamo personal. Es decir, el cliente detectó el beneficio, llegó, y se está yendo.

Como referencia podemos usar un buitre, un pájaro carroñero. El consejo para ellos es que se vayan. Generan poca rentabilidad y probablemente sean clientes que aún conociendo los beneficios del banco no utilizan los productos.

**NEXT**

**Cluster6:** el sexto grupo que encontramos:  
- Tampoco percibe el sueldo en el banco;  
- Ni se caracteriza por generar mucha o poca rentabilidad.  
- Sí es de los grupos de clientes que más productos tienen: tienen tarjetas pero no las usan;  
- Realiza pocas transferencias y transacciones;  
- Pueden tener algún préstamo personal pero de bajo monto;  
- E incluso seguros de vida o de accidentes personales.  
- Tiene debitos automaticos pero de bajo monto;  
- Y no son morosos.

En resumen, son clientes con muchos producto pero poco engagement. Parece como si hubieran sido bien adquiridos pero está siendo difícil retenerlos.

Sin embargo, al tener muchos productos, uno podría pensar que es más fácil encontrar forma de seducirlos, que son clientes manipulables.

El consejo para ellos es mantenerlos, y bajarles las comisiones para llevarlos a su límite de consumo y que sigan generando la rentabilidad media que le dan al banco.

**NEXT**

**Cluster7:** del último grupo podemos decir que son clientes que:  
- Reciben el salario en el banco, y por los montos que se ven, aparenta ser una población de ingresos medios;  
- Tienen tarjetas y no las usan;  
- Realizan muy pocas transferencias y transacciones;  
- Pueden tener algún préstamo, algún seguro, y algún débito automático, pero siempre de bajo monto;  
- No son clientes morosos;  
**- Si bien es de los clientes que menos rentabilidad generan,   
- Es el grupo que más dinero tiene en sus cajas de ahorro en dólares.**

Son clientes que es necesario activar de alguna forma. Si bien realizan pocas transacciones, no dejan de estar bancarizados, cobrar con nosotros el sueldo, y depositar sus dólares en nuestras cajas de ahorro. Da un perfil de Hippie con Osde, que le gusta viajar ya que tiene USD. Probablemente pueda pensarse para ellos promociones de viajes con sus tarjetas que tienen pero no utilizan.

**NEXT**

Ahora bien, dicho esto, todos ellos se dieron de baja. Si lo hicieron, es por algo.

Si bien es cierto que un cliente efectivamente se da de baja de un día para el otro, ya que basta con hacer un trámite en el banco o incluso un llamado terminal, en realidad las personas, en los meses previos a darse de baja, probablemente van dando algunos indicios de comportamientos espciales que nos pueden hacer pensar que piensan irse del banco.

Teniendo en cuenta esto, nos enfocamos en poder identificar cuáles son estas señales y comportamientos que nos permiten anticipar las bajas y, en el mejor de los casos impedirlas.

Entonces detectamos que para los meses previos a las bajas, hay patrones que son comunes a todos los clusters.

**NEXT**

Por ejemplo:

* Cantidad de transacciones en los meses previos a la baja, tomando distintos percentiles. **NEXT**
* Transacciones con tarjeta de débito, también tomando todos los percentiles. **NEXT**
* Caja de ahorro en pesos. **NEXT**
* Caja de ahorro en USD: visible sobre todo para los percentiles más altos.

**CONCLUSIONES**

A partir de este análisis creemos que sería interesante que desde el área de BI nos encarguemos de monitorear para cada cluster un tablero de control que nos permita ver mes a mes la evolución de estas variables clave.

La realidad es que con la tecnología de hoy es muy sencillo crear sistemas de alarmas que anuncien caídas relevantes. Y enviando reportes semanales al área de inteligencia comercial, con seguridad vamos a poder evitar las bajas que para el banco sean prioridad.

Una vez levantada la alerta, y sabiendo en qué se diferencia cada grupo de clientes, se pueden hacer tratamientos focalizados con el tiempo suficiente.

Esto fue todo, muchas gracias por el tiempo.