Hola Miranda y equipo.

A continuación les voy a contar los hallazgos del proyecto de retención proactiva de clientes.,

**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**

**Cluster1:** primero, identificamos clientes que cobran su sueldo en el banco, que tienen muchos productos y alta actividad. Al banco le dan **mucha rentabilidad**, y además se muestran fieles ya que no realizan transferencias ni transacciones en cajeros de otros bancos.

A partir de esta fidelidad, me imagino clientes que son conservadores, probablemente sean cabezas de familia. Incluso se me viene la imagen de 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 clientes que no reciben haberes con nosotros; utilizan muy poco los productos que tienen; y generan muy poca rentabilidad. **Sin embargo**, se destacan **en que suelen tomar algun préstamo personal.**

Podríamos decir que tienen cuenta con nosotros sólo por si hay alguna promoción que le sirve. No se sabe a qué banco le pertenecen realmente, nos muestran de forma abierta que pertenecen a otro banco. Me hacen acordar a San Lorenzo. Me gustaría preguntarles, ¿de qué banco son?

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

**NEXT**

**Cluster3:** el tercer grupo**, incluso no recibiendo sus haberes con nosotros**, se caracteriza por tener y utilizar más productos del banco que el resto de los clústers. Tienen un pequeño problema y es que son tan consumistas que suelen convertirse en morosos.

**Diría** que es un grupo de clientes con poco control de si mismos, parecen ser como compulsivos y consumistas. Sería un error perderlos. **A lo mejor,** se les podría aumentar la financiación para que no entren en mora.

**NEXT**

**Cluster4:** este cluster es muy interesante. Se trata de los clientes que más rentabilidad le generan al banco; reciben su salario con nosotros, utilizan mucho los productos, y reciben y realizan muchas transferencias; pero, **paradógicamente**, no tienen tarjetas de crédito.

Estas mezcla de conductas me hace creer que son clientes oportunistas, diría que infieles. Como que mueven el dinero según les convenga.

Tenemos que lograr que seamos su primera opción, **que no nos traicionen.** Quizá dándoles buenos financiamientos en tarjetas de crédito decidan quedarse.

Pongámosle el nombre nombre de “Clientes traicioneros”, ya que me hacen acordar a JULIO COBOS.

**NEXT**

**Cluster5:** el quinto grupo está conformado por clientes que se caracteriza por tener muy poca actividad. **Más que nada**, se destacan en que suelen tener préstamos personales. **Al banco le generan muy poca rentabilidad.**

Ni siquiera cobran el sueldo con nosotros.Se habrán abierto la cuenta por algún préstamo personal que ya no está activo o está por vencerse. **Es decir,** el cliente **detectó el beneficio**, **llegó**, y **se fue**.

Como referencia podemos usar un buitre. El consejo para ellos es que se vayan. **Buitres, afuera.**

**NEXT**

**Cluster6:** el sexto grupo tampoco percibe el sueldo en el banco; y si bien es de los grupos de clientes que más productos tienen, los usan muy poco. Parece como **si hubieran sido bien adquiridos** pero esté siendo difícil retenerlos.

De todas formas, al tener muchos productos, **uno podría pensar** que es más fácil encontrar forma de seducirlos, que son clientes manipulables.

Considerando que al banco le dan una rentabilidad media, el consejo para ellos es hacer un esfuerzo para mantenerlos, podría ser bajando comisiones u ofreciendo algun tipo de préstamo personal.

**NEXT**

**Cluster7:** del último grupo podemos decir que son clientes que reciben el salario en el banco, y que sus ingresos se ubican por arriba de la media, y aunque no se caractericen por usar mucho los productos del banco, vemos que es el grupo **que más dinero tiene en sus cajas de ahorro en dólares.**

Si bien realizan pocas transacciones, cobran el sueldo y depositan sus dólares en nuestras cajas de ahorro.

Da un perfil de Hippie con Osde, que le gusta ahorrar en USD para sus viajes. Probablemente puedan pensarse para ellos promociones de viajes con sus tarjetas que tienen pero no utilizan.

**NEXT**

Por último, vimos que en los meses previos a darse de baja, los clientes **de todos los clústers** van dando algunos indicios de comportamientos especiales que nos pueden hacer pensar que van a irse del banco. Por ejemplo, vimos estas señales en la cantidad de transacciones, en el monto en caja de ahorro en pesos y dolares, y en la cantidad de transacciones con tarjeta de débito.

A partir de este hallazgo, creemos que sería interesante que desde el área de BI nos encarguemos de monitorear un tablero de control que nos permita ver mes a mes la evolución de estas variables. Una vez levantada la alerta, y sabiendo en qué se diferencia cada grupo de clientes, se pueden hacer tratamientos focalizados con el tiempo suficiente. Así, con seguridad vamos a poder evitar las bajas que para el banco sean prioridad.

Esto fue todo, muchas gracias por el tiempo.