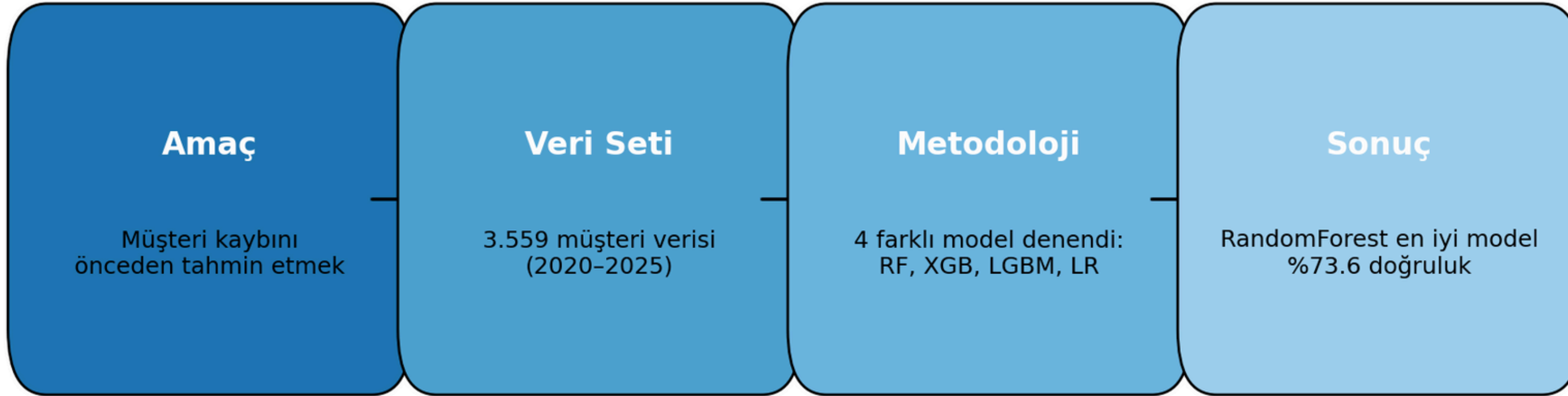


RİSKTEN FIRSATA CHURN TAHMİNİ İLE MÜŞTERİ TUTUNDURMA

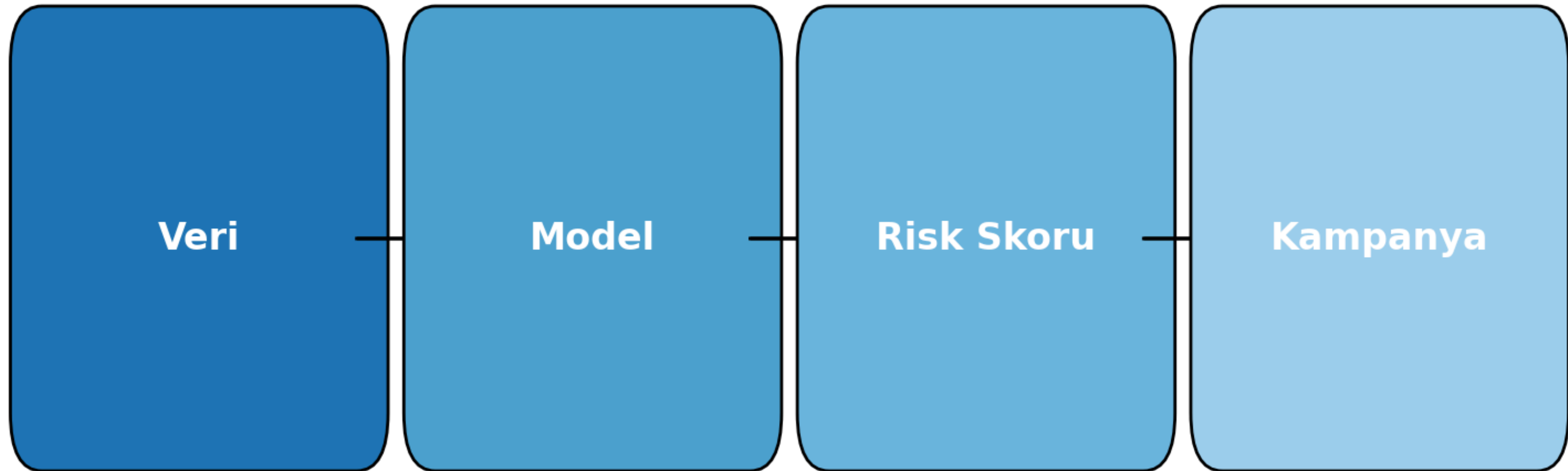
İLERİSİ VERİ

CEMRE EZGİN, YUSUF ZİYA DEMİREL, UĞUR BERKTAŞ, EFE KÖSE

Churn Analizi - Proje Özeti

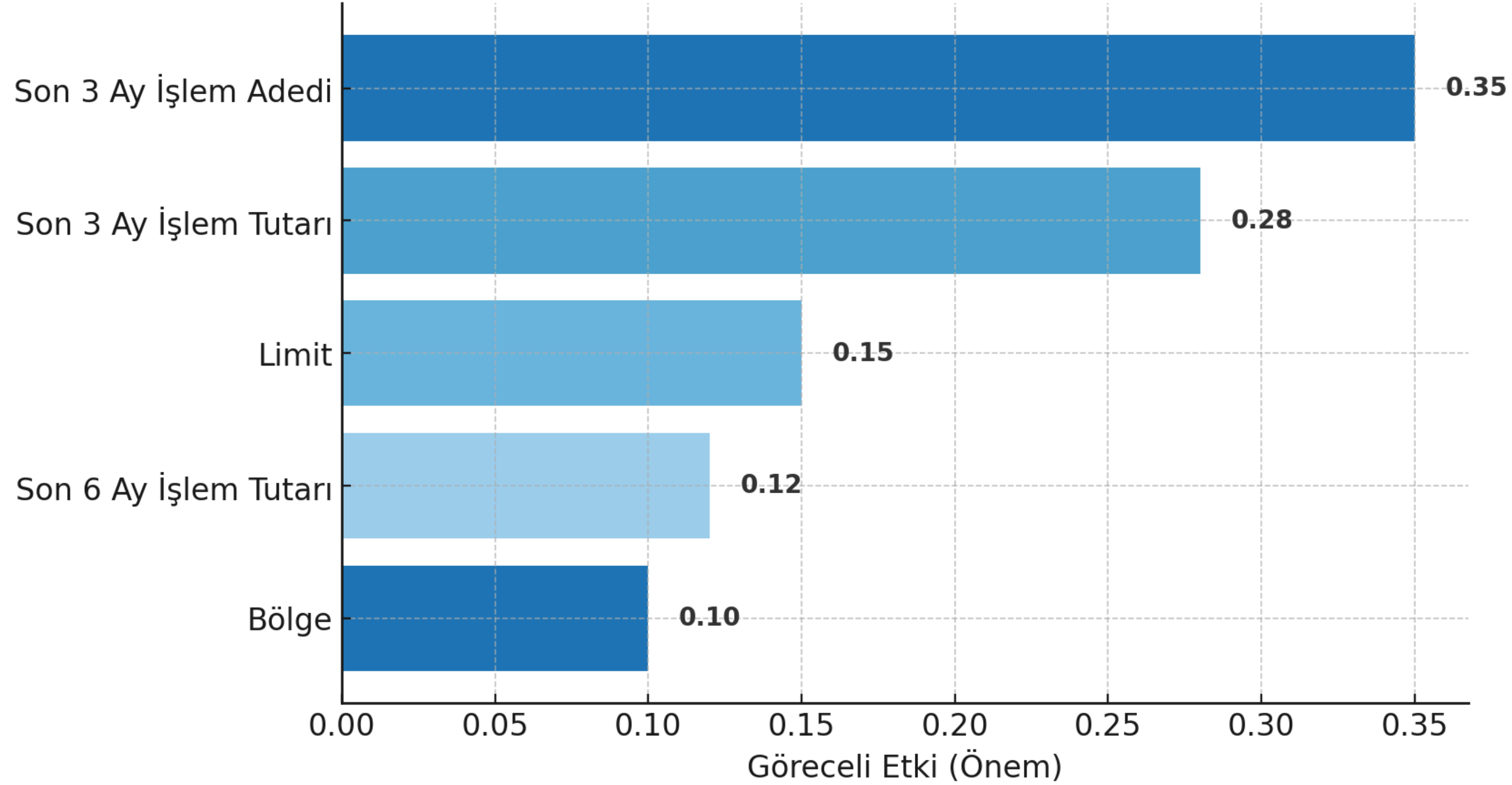


Churn Analizi Süreci

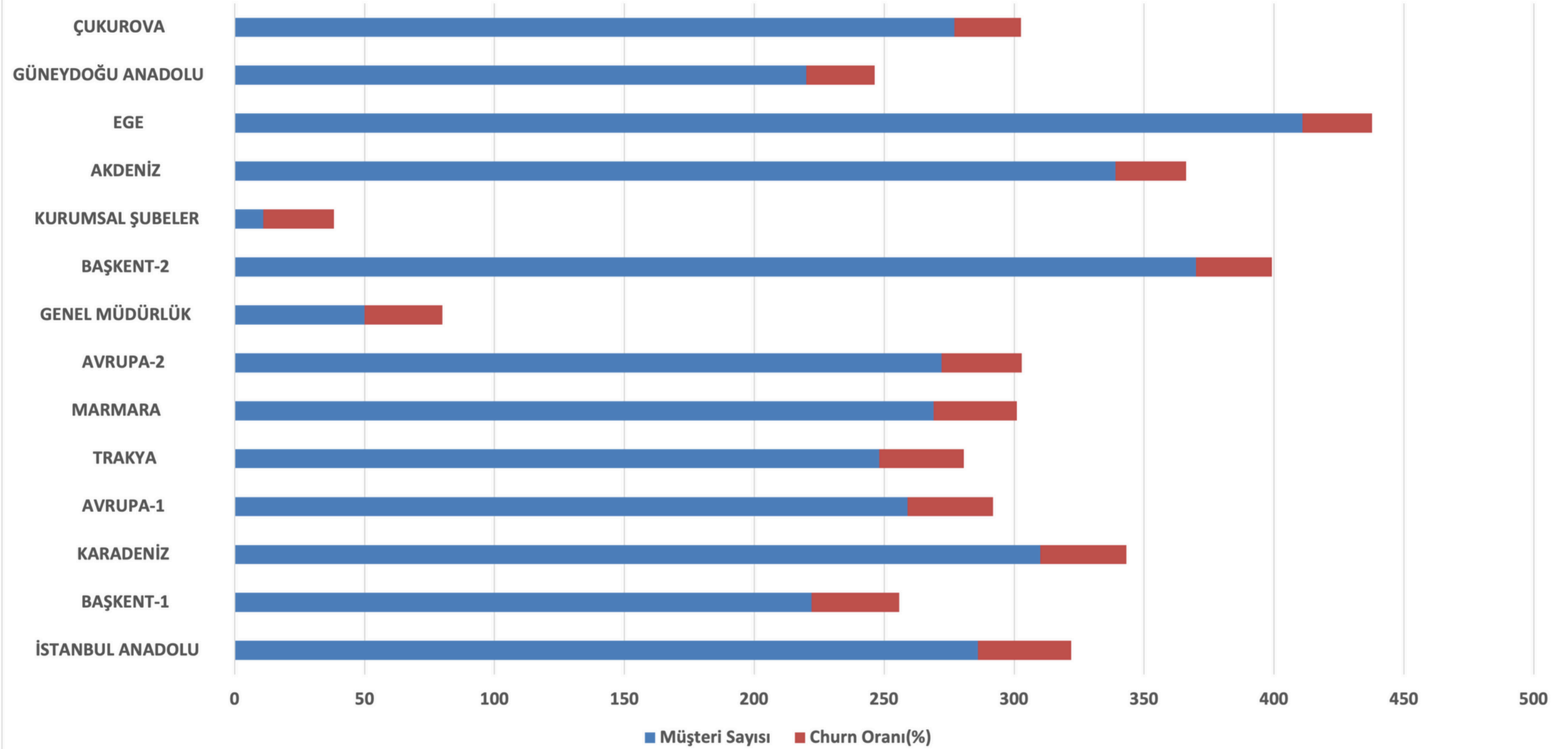


- Eksik veriler dolduruldu
- Zaman ve kategorik değişkenler işlenebilir hale getirildi
- Limit kullanım oranı, işlem trendleri gibi yeni özellikler üretildi

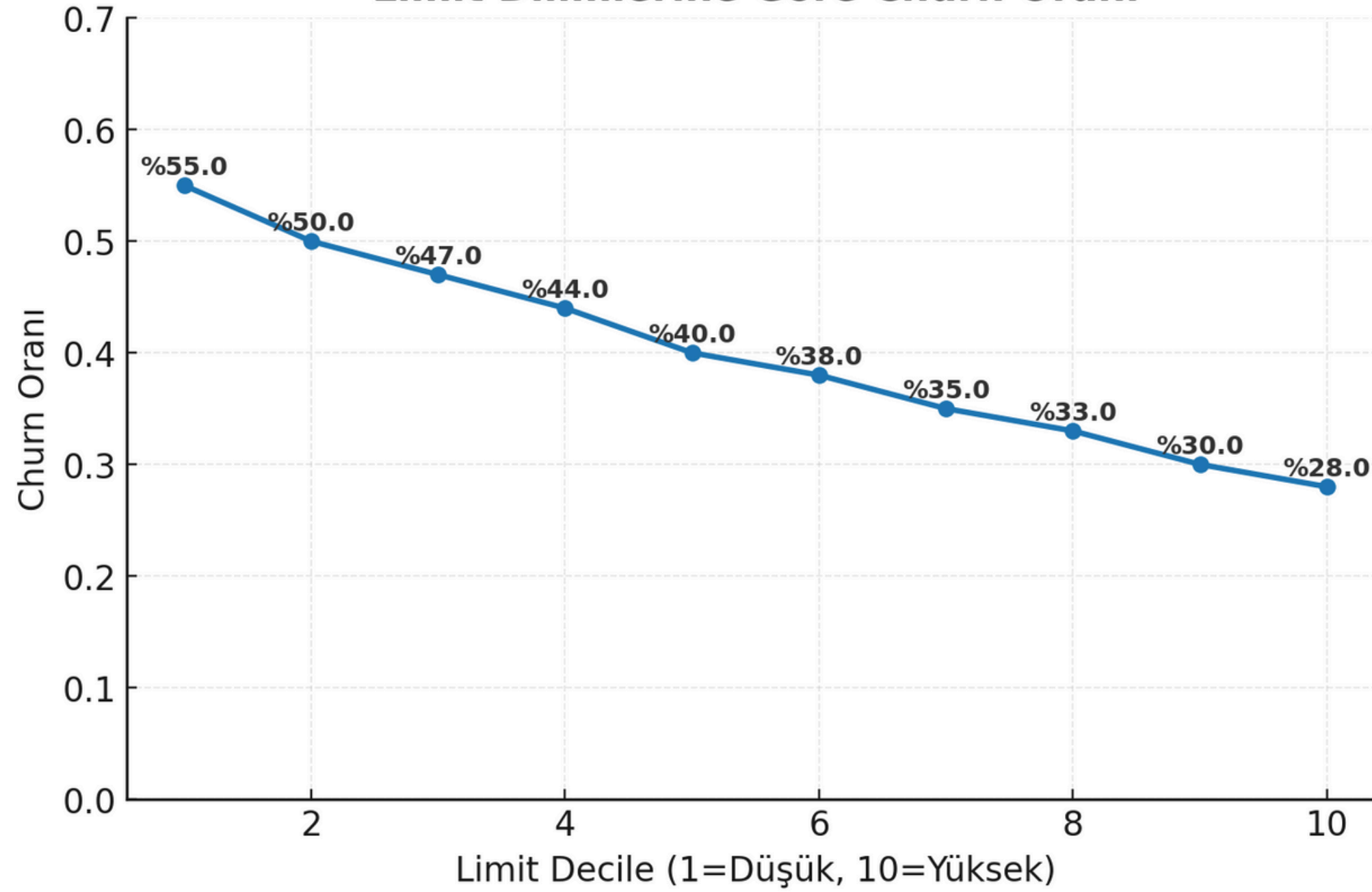
Churn Üzerinde En Etkili Faktörler



BÖLGELERE GÖRE MÜŞTERİ KAYBI ANALİZİ

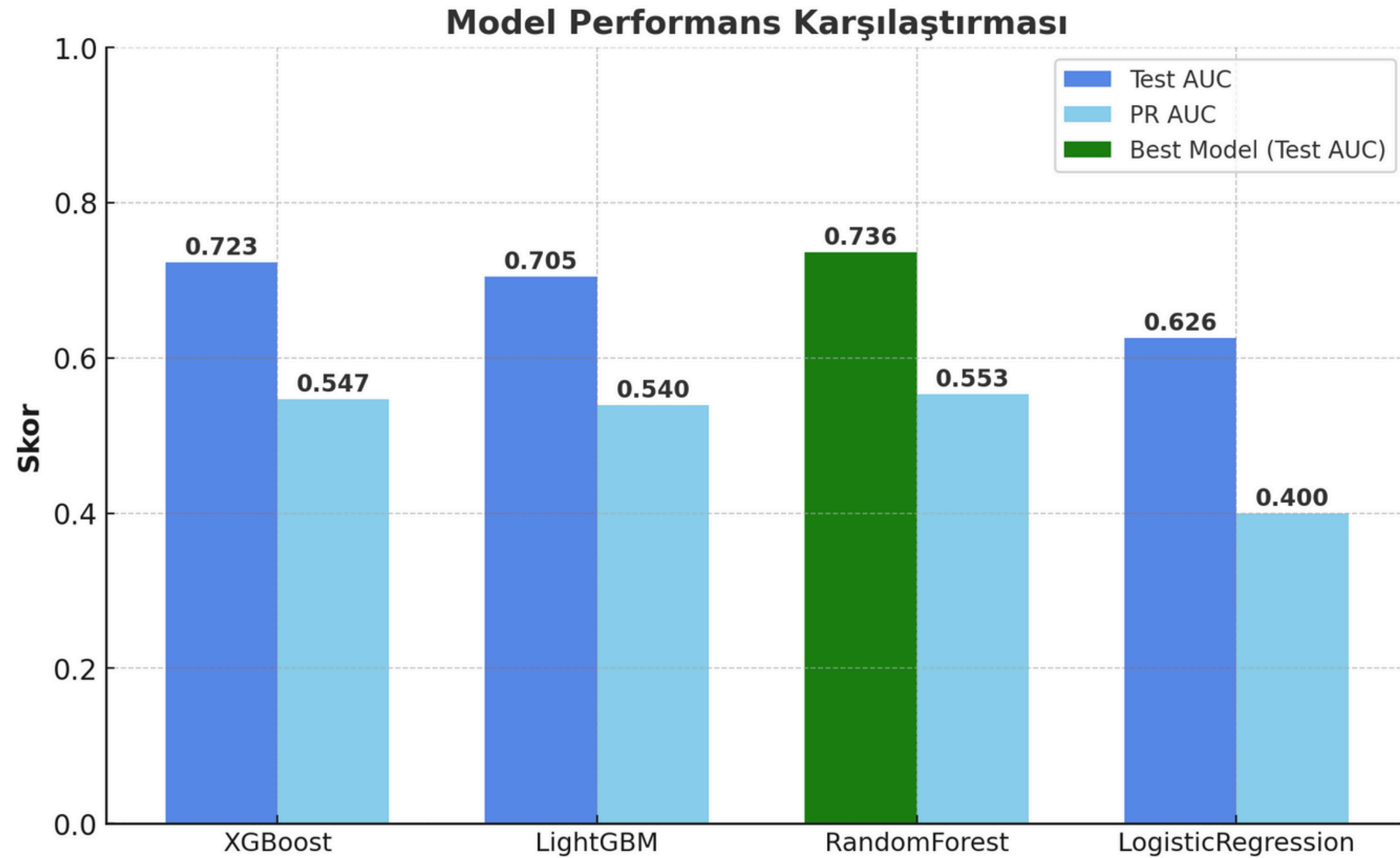


Limit Dilimlerine Göre Churn Oranı



MODELLEME YAKLAŞIMI

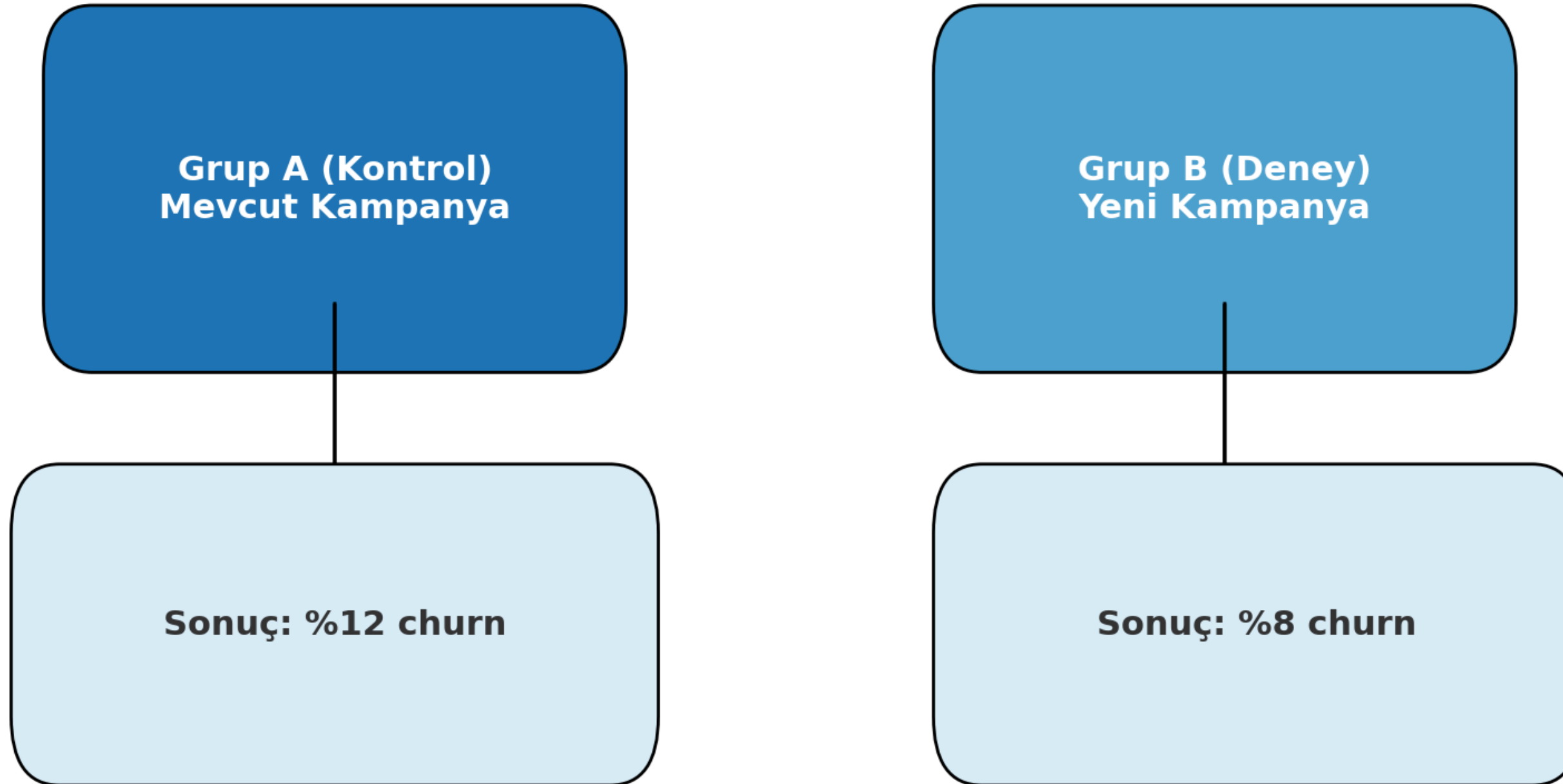
ilerisi**gençlik**



SEGMENTASYON VE GRUPLANDIRMA

ilerisi **gençlik**

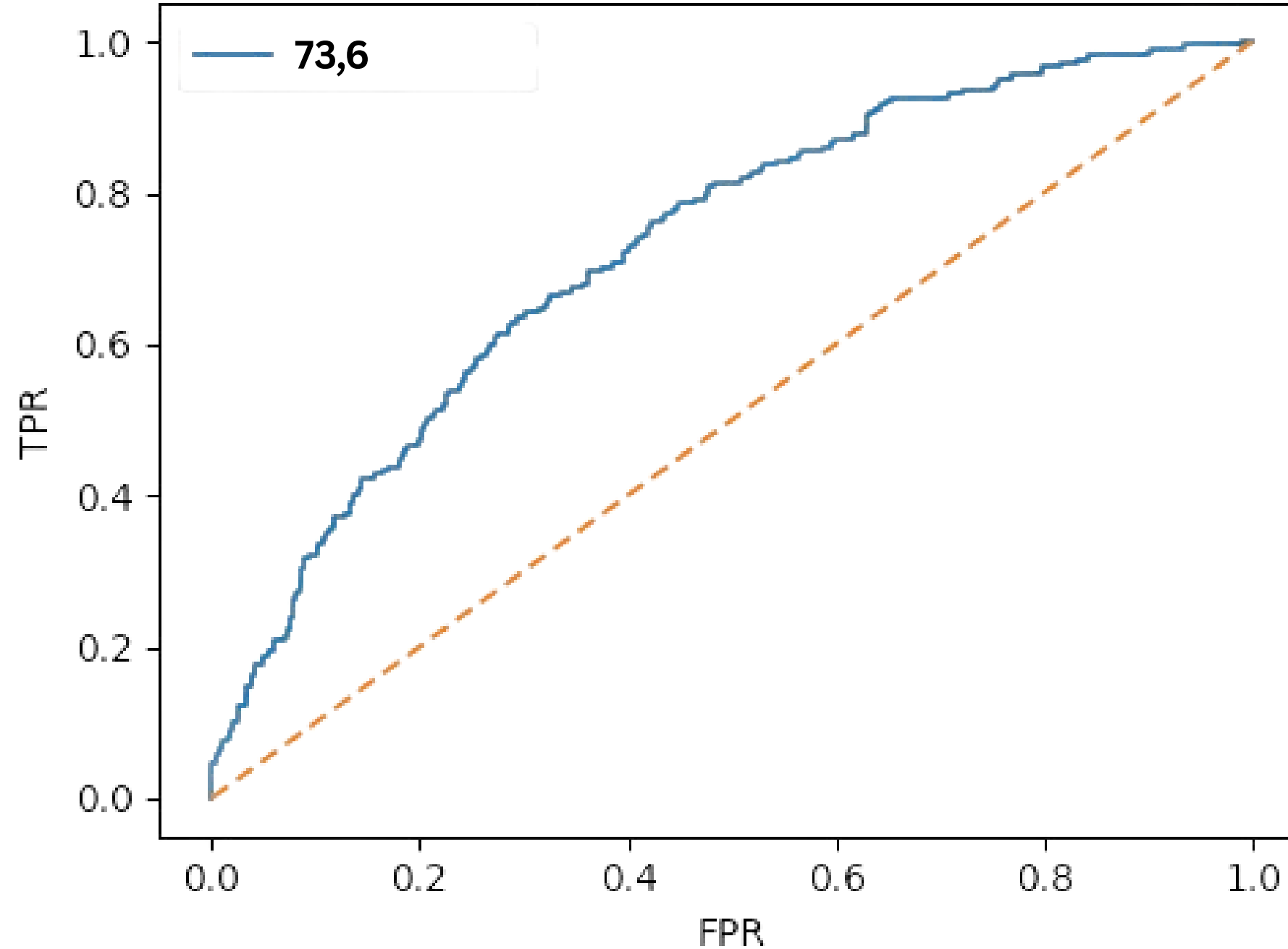
A/B Testi Görselleştirme



Model Performansı

ilerisi**gençlik**

ROC - RandomForest



- ✓ Model churn riskini %73.6 doğrulukla tahmin ediyor
 - ✓ En önemli risk faktörleri belirlendi
 - ✓ Segment bazlı risk skorları üretildi
 - ✓ Kampanya stratejisi için temel oluşturuldu

Churn Risk Segmentasyonu



● Yüksek Risk (>0.7) → churn olasılığı çok yüksek, mutlaka müdahale edilmeli

● Orta Risk (0.4–0.7) → düşük maliyetli kampanyalar uygulanmalı

● Düşük Risk (<0.4) → churn riski düşük, özel aksiyona gerek yok

A/B testleri ile kampanya optimizasyonu

- Gerçek zamanlı risk skoru entegrasyonu
- Model güncellemelerinin otomatikleştirilmesi
- CRM sistemine tam entegrasyon

Öneriler

ilerisi**gençlik**

1. Erken Uyarı Sistemi

Modelden çıkan churn risk skorları CRM sistemine entegre edilmeli
Yüksek riskli müşteriler otomatik olarak işaretlenmeli
Proaktif aksiyonlarla kayıp önlenmeli

4. Yüksek Limitli Riskli Müşteriler

Yüksek limitli olup işlem yapmayan müşteriler en değerli risk grubu
Onlara özel iletişim (bire bir çağrı, kişisel teklif) yapılmalı

2. Onboarding Kampanyası

İlk ay hiç işlem yapmayan yeni müşteriler özel olarak hedeflenmeli
Hoş geldin bonusu, ücretsiz deneme veya indirim ile ilk aktivite teşvik edilmeli

5. Bölgesel Aksiyonlar

Churn oranı yüksek bölgelerde saha ve iletişim faaliyetleri artırılmalı
Bölgesel kampanyalarla müşteri sadakati desteklenmeli

3. Sadakat Programı

Son 3 ay işlem hacmi düşen müşterilere anında kampanya uygulanmalı
Cashback, puan, ek avantajlar → churn ihtimali azalır

TEŞEKKÜRLER