

Анализ оттока клиентов банка "Метанпром"

Исполнитель: Ганичева Е.А., группа d_a_100



Анализ оттока клиентов банка "Метанпром"

Цель заказчика: выстроить маркетинговую стратегию удержания клиентов.

Задачи исследования:

- определить все значимые признаки отточности;
- сформулировать и проверить статистические гипотезы:
 - проверить гипотезу различия дохода между теми клиентами, которые ушли и теми, которые остались;
 - сформулировать и проверить собственную статистическую гипотезу относительно представленных данных, которая поможет внести ясность в исследование;
- объединяя признаки отточности, сформировать сегменты, отобрать из них лучшие и дать по ним рекомендации для маркетолога и менеджеров по продуктам.

Портрет клиента

Средний оставшийся клиент

Средний ушедший клиент

Общее

живет в **Ярославле**

имеет кредитную карту

использует **2 продукта банка** (как раз открытый счет + кредитная карта)

Незначительные отличия

возраст **40 лет**

возраст **39 лет**

оценочный доход
118 257,72 р./мес

оценочный доход
125 390,62 р./мес.

кредитный скоринг - **848 баллов** из 1000

кредитный скоринг - **866 баллов** из 1000

Значительные отличия

с большей долей вероятности является **женщиной**

с большей долей вероятности является **мужчиной**

имеет на счету сумму **475 382,44**

имеет на счету сумму **782 410,47**

по оценкам банка у него **3 балла собственности**

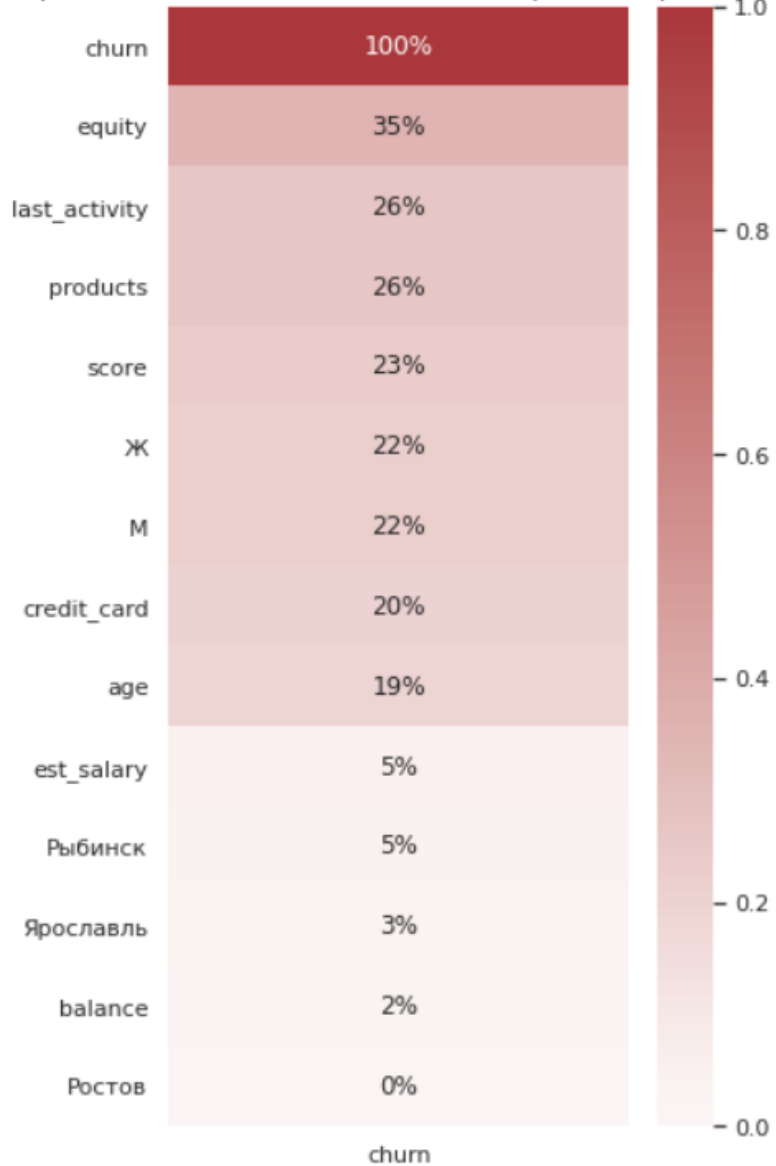
по оценкам банка у него **4 балла собственности**

с большей долей вероятности является
неактивным клиентом банка

с большей долей вероятности является
активным клиентом банка

Исследование корреляций

Влияние характеристик пользователей Банка Метанпром на вероятность ухода из него



Признаки, которые с высокой долей вероятности оказывают влияние на решение пользователя уйти из банка:

- количество баллов собственности;
- активность пользователя;
- количество используемых продуктов;
- скоринг;
- пол;
- наличие кредитной карты;
- возраст.

Проверка гипотез

Проверка гипотезы различия дохода между теми клиентами, которые ушли и теми, которые остались.

- Нулевая гипотеза: средние значения совокупностей равны.
- Альтернативная гипотеза: средние значения совокупностей не равны.
- *Стат. тест показал, что ушедшие и оставшиеся пользователи вероятно имеют равные доходы.*

Проверка гипотезы различия кредитного скоринга клиентов, которые ушли и тех, которые остались.

- Нулевая гипотеза: средние значения совокупностей равны.
- Альтернативная гипотеза: средние значения совокупностей не равны.
- *Стат. тест показал, что кредитные скоринги ушедших и оставшихся пользователей вероятно не равны.*

Выделение высокоотточных сегментов

Сегмент 1: активные клиенты от 30 до 45 лет, которые используют 2 продукта банка и у которых есть собственность (3-5 баллов).

Контекст (к-во ушедших клиентов в разрезе к-ва продуктов и баллов собственности)

equity	1	2	3	4	5	6	7	8	9
products									
2	13.0	25.0	54.0	94.0	122.0	7.0	8.0	0.0	3.0
3	4.0	4.0	10.0	20.0	26.0	3.0	NaN	1.0	NaN
4	5.0	6.0	19.0	38.0	33.0	8.0	7.0	NaN	0.0
5	0.0	NaN	0.0	1.0	2.0	NaN	NaN	NaN	NaN

Сегмент 1

	mean	sum	count
churn	churn	churn	churn
equity			
3	0.251163	54	215
4	0.329825	94	285
5	0.443636	122	275

Отток в сегменте 25-44%.

Рекомендации:

В целях повышения лояльности и удержания этих клиентов можно предложить для них:

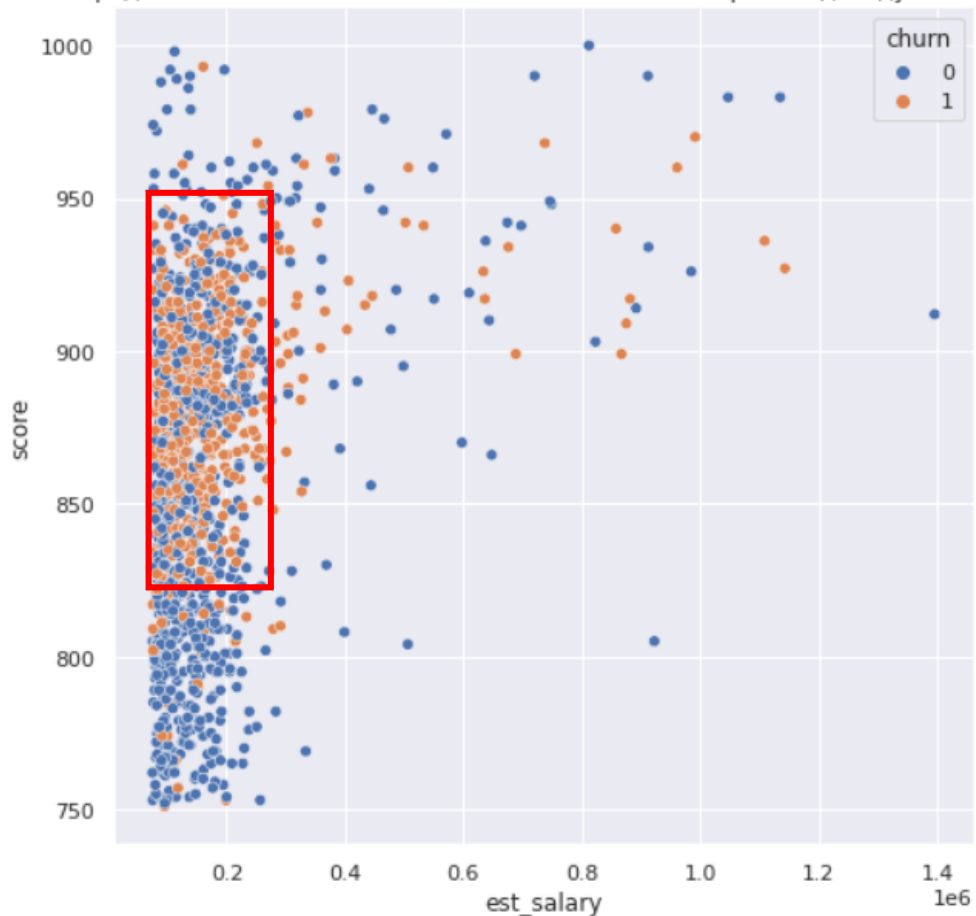
- страхование собственности,
- премиальный сервис (скидки на бренды, vip-зал в аэропортах, выделенный менеджер),
- вклады с повышенным %,
- кэшбек на релевантные для них категории.

+ Провести опрос по уровню удовлетворенности, собрать обратную связь по потенциально интересным продуктам.

Выделение высокоотточных сегментов

Сегмент 2: активные пользователи без кредитной карты, с оценочным доходом от 75 до 150 тыс.рублей и скорингом от 825 до 950 баллов.

Распределение активных пользователей Банка Метампром по доходу и скорингу



Отток в сегменте 50%.

churn	
mean	0.508511
sum	239.000000
count	470.000000

Рекомендации:

В целях удержания клиентов предложить:

- оформить кредитную карту с бесплатным обслуживанием и / или с беспроцентным периодом, которая может пригодится на всякий случай;
- оформить карту рассрочки для крупных покупок.

Выделение высокоотточных сегментов

Сегмент 3: клиенты мужского пола, у которых больше 1 балла собственности, есть кредитная карта и скоринг выше 800 баллов.

Количество ушедших клиентов

	equity	sum	mean	% оттока			
	churn	churn	churn	equity	sum	mean	churn
0	2	59	0.245833	0	3	104	0.288889
1	3	104	0.288889	1	4	149	0.315678
2	4	149	0.315678	2	5	191	0.361059
3	5	191	0.361059				
4	6	18	0.367347				
5	7	14	0.666667				
6	8	2	0.500000				
7	9	1	0.250000				

Отток в сегменте 29-36%.

Рекомендации:

В целях повышения лояльности и удержания этих клиентов можно предложить для них:

- страхование собственности,
- выгодные предложения на товары и услуги, связанные с недвижимостью и автомобилями;
- открытие ИИС / брокерского счета на выгодных условиях.

+ Провести опрос по уровню удовлетворенности, собрать обратную связь по потенциально интересным продуктам.