

Анализ оттока клиентов банка «Метанпромбанк»

Ирина Крамер
irina906808@gmail.com

Цели и задачи исследования

Цель исследования - проанализировать данные для разработки стратегии маркетингового взаимодействия с клиентами.

Задачи исследования:

- Изучение состава и распределения клиентов банка по половому, возрастному, географическому и др. признакам.
- Поиск и изучение закономерностей между значениями признаков и оттоком клиентов.
- Разделение клиентов на группы по схожести признаков и поведения.
- Выделение конкретной группы клиентов и конкретных характеристик клиента, которые приводят к оттоку.
- Формулировка выводов исследования и рекомендаций снижения оттока клиентов.

Общее описание анализируемых данных

Всего у нас 10 тысяч клиентов. Состав клиентов и их характеристики:

- Мужчины (54,6%) и женщины (46,4%)
- Возраст клиентов от 18 до 92 лет
- Клиенты используют 1 продукт (50,8%), 2 продукта (45,9%), 3 продукта (2,7%) или 4 (0,6%) продукта банка
- Клиенты имеют в собственности от 0 до 10 объектов
- Клиенты живут в одном из трех городов: Ярославль (50,1%), Рыбинск (24,8%) и Ростов Великий (25,1%)
- Есть данные о наличии (70,5%) или отсутствии (29,5%) у клиента кредитной карты,
- Есть данные об активности (51,5%) или неактивности (48,5%) клиента
- Есть данные об уровне оттока клиентов (20,37%)
- Есть данные о балансе средств на счете на дату выгрузки данных (суммы от 3769 руб. до 250898 руб.) и рассчитан ожидаемый доход клиента (от 11 руб. до 199992 руб.)

Отток клиентов в зависимости от пола и возраста клиента

График оттока среди клиентов-женщин

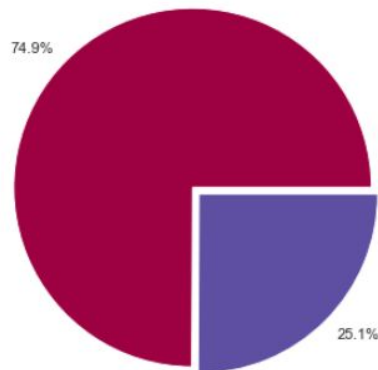
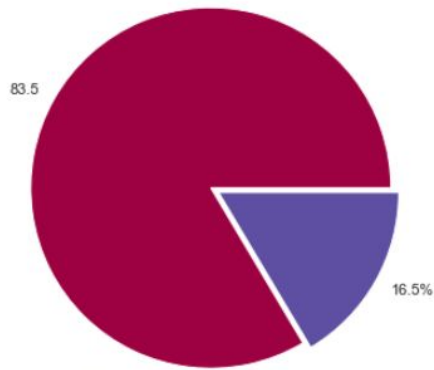


График оттока среди клиентов-мужчин



■ клиенты остались
■ клиенты ушли

В относительном выражении женщины, которых у нас 4543 чел., показывают более высокий отток, 25% против 16,5% у мужчин, которых всего 5457 чел..

График оттока среди клиентов до 42 лет

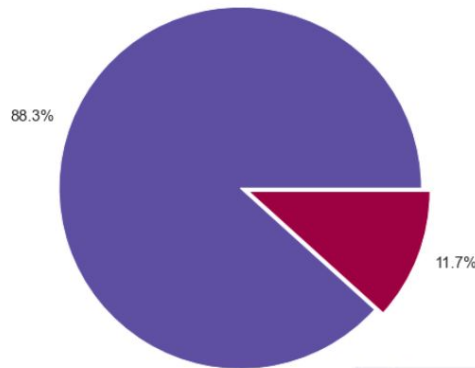
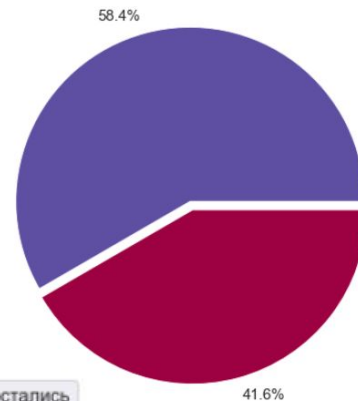


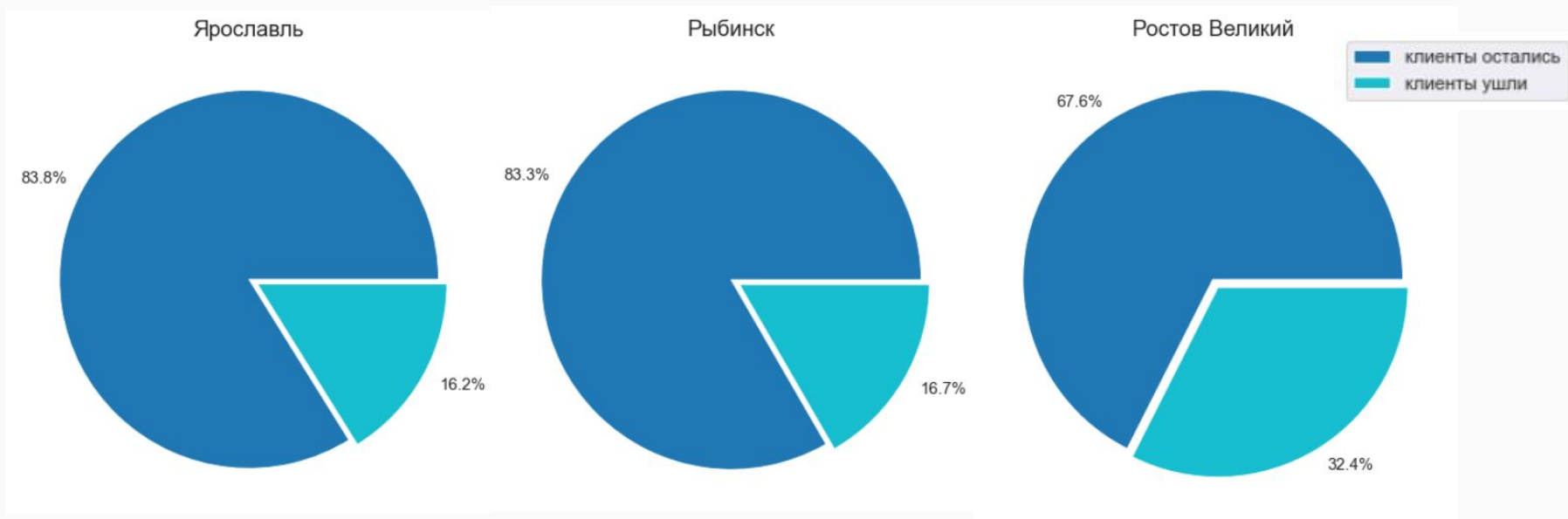
График оттока среди клиентов от 43 лет и старше



■ клиенты остались
■ клиенты ушли

Клиенты были разделены на две группы по возрасту. Сегмент возрастом 42 и моложе (7106 чел.) имеет отток 11,7%, а сегмент возрастом 43 года и старше (2894 чел.) показал отток в 41,6%.

Отток клиентов в зависимости от города обслуживания



В Ярославле (5014 клиентов) и Рыбинске (2477 клиентов) уровни оттока почти одинаковы - около 16%. А вот Ростов Великий (2509 клиентов) показывает очень высокий уровень оттока - 32,44%.

Отток клиентов в зависимости от активности клиента и количества продуктов банка

График оттока у активных клиентов

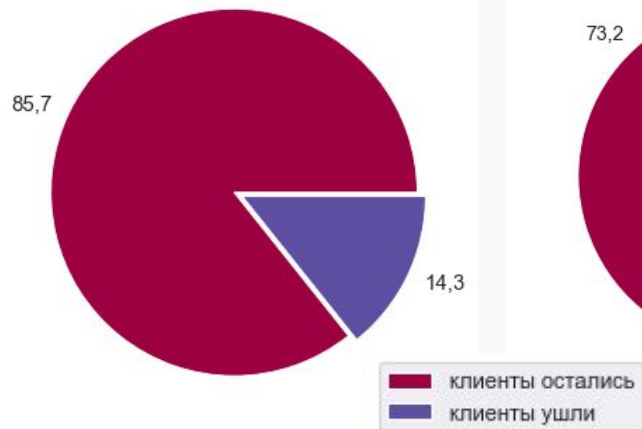
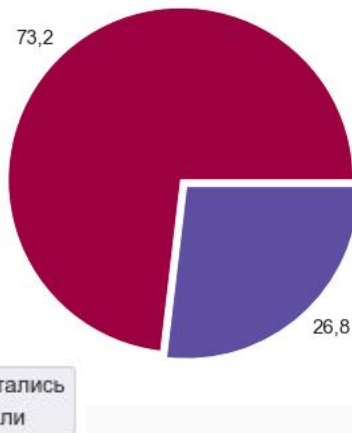
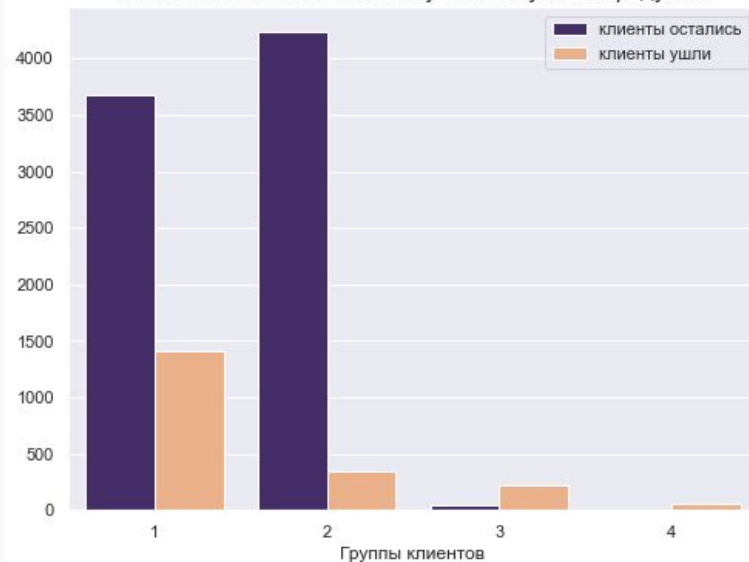


График оттока у неактивных клиентов



Активные клиенты (5151 чел.) покидают банк в 14,3% случаев. Неактивные (4849 чел.) - гораздо чаще, в 26,8% случаев.

Отток клиентов по количеству используемых продуктов



У клиентов с одним продуктом (5084 чел.) отток 27,7%.
У клиентов с двумя продуктами (4590 чел.) отток 7,6%.
У клиентов с тремя продуктами (266 чел.) отток 82,7%.
У клиентов с четырьмя продуктами (60 чел.) отток 100%.

Влияние признаков на отток клиента

Признаки, увеличивающие вероятность оттока клиента:

- Обслуживание в филиале банка в городе Ростов Великий
- Женский пол клиента
- Неактивность клиента
- Возраст клиента 43 года и старше
- Использование 3 или 4 продуктов банка (в меньшей степени использование 1 продукта)

Признаки, не влияющие на вероятность оттока:

- Наличие или отсутствие кредитной карты
- Рейтинг клиента
- Количество объектов в собственности
- Баланс остатка средств на счете
- Ожидаемый доход

Сегменты высокого риска оттока

<p>Сегмент № 1</p> <p>Неактивные клиенты старше 43 лет, подключившие один продукт банка</p>	<p>Сегмент № 2</p> <p>Неактивный клиент, возрастом 43 года и старше, проживающий в Ростове Великом</p>	<p>Сегмент № 3</p> <p>Клиенты, подключившие 3 или 4 продукта банка</p>
<p>Количество клиентов в сегменте: 814 человек.</p> <p>Отток в сегменте: 69,5%. У женщин этой группы отток составил 75,1%, а у мужчин 64,1%.</p> <p>Влияние на общий отток: 4,36%.</p>	<p>Количество клиентов в сегменте: 433 человека.</p> <p>Отток в сегменте: 73,4%. У женщин этой группы отток составил 75,2%, а у мужчин 71,4%.</p> <p>Влияние на общий отток: 2,4%.</p>	<p>Количество клиентов в сегменте: 326 человек.</p> <p>Отток в сегменте: 86,9%. Клиенты с 4 продуктами - это отток в 100%. Клиенты с 3-мя продуктами попали в отток на 82,7%.</p> <p>Влияние на общий отток: 2,4%.</p>

Выводы

Характеристики, особенно сильно повышающие вероятность оттока клиента - это женский пол, возраст 43 года и старше, неактивность клиента, проживание в Ростове Великом, подключение к трем, четырем и одному продукту банка.

В Ростове Великом активных клиентов меньше, чем неактивных. А доля женщин и доля клиентов с 3 и 4 продуктами банка выше, чем в других городах. В Ростове Великом больше клиентов возрастом 43+, и отток там в 2 раза выше, чем в других городах.

Возраст для вероятности оттока важнее, чем принадлежность к женскому полу, хотя женщины в целом попадают в отток чаще, чем мужчины почти на 10%, и чаще становятся неактивными клиентами.

Женщин среди клиентов банка меньше, чем мужчин. Чем старше возраст, тем больше доля женщин. Женщин оказалось больше среди клиентов, использующих 3 и 4 продукта банка, а это самая склонная к оттоку категория.

Активность клиента - очень важный показатель, неактивные клиенты уходят гораздо чаще. Клиенты 43+ чаще бывают активными. Женщины (особенно молодые) чаще становятся неактивными клиентами банка.

Остальные имеющиеся показатели не оказывают существенного влияния на вероятность оттока. Можно отметить, что в отток, чаще (но не более, чем на 1,76%) попадают клиенты с самым высоким уровнем ожидаемого дохода. Количество объектов в собственности слабо влияет на отток, но чаще в отток попадают клиенты с одним объектом или не имеющие объектов в собственности совсем.

Рекомендации

- 1) У самых надежных клиентов имеется подключение к двум продуктам банка. Клиенты с одним продуктом привязаны к банку не так прочно. Второй продукт сильно увеличивает удовлетворенность клиента банка и значительно влияет на лояльность клиента. Нужно провести стимулирующую кампанию по подключению клиентов с одним продуктом ко второму.
- 2) Третий и четвертый продукт банка не привлекает интереса клиентов, подключение к такому количеству не приносит банку лояльных клиентов. Не стоит тратить средства на привлечение клиентов к такому количеству продуктов.
- 3) Ситуация в Ростове Великом требует более пристального рассмотрения. Похоже, что кто-то из конкурентов в этом городе провел успешную операцию по привлечению наших клиентов к себе. Необходимо проанализировать предложения банков-конкурентов в этом городе и определить, какие конкретно условия были предложены чем наш банк может на это ответить.
- 4) Активность клиента - показатель, который необходимо внимательно отслеживать. При снижении активности или ее отсутствии в течение определенного периода необходимо предлагать клиенту продукты банка, которыми он еще не пользовался, лучше на льготных условиях.
- 5) Клиенты старше 43 лет часто бывают получателями пенсий и других социальных выплат, а это пожизненные ежемесячные зачисления на счет. Именно поэтому эта категория клиентов чаще бывает активной. Такие клиенты уходят из своего банка, если им предложены выгодные условия по вкладам и кредитам при переводе получения пенсии на счет в другом банке. Нужно сравнить наши условия по вкладам и кредитам для этой категории клиентов с предложениями банков-конкурентов и подготовить нашим лояльным клиентам особые условия. Также здесь хорошо могла бы сработать коллаборация по бонусной программе с какой-то из продуктовых (или аптечных) розничных сетей.