

IRD Report - Churn Modelling

Jakub Cierocki & Szymon Reddig

14 04 2020

WPROWADZENIE

Rozważania na temat “customer churn”, czyli zakończenie współpracy klienta z przedsiębiorstwem było w kręgu zainteresowania naukowców od wielu lat. Firmy, w szczególności banki są zainteresowane takimi klientami i analizowaniem ich zachowania, gdyż pozyskiwanie nowych klientów zwykle jest o wiele droższym zabiegiem, niż utrzymanie dotychczasowych. Przykładowo, jeśli Spotify zidentyfikowałby segment osób, które byłyby obciążone ryzykiem churnowania, przedsiębiorstwo mogłoby zasypać ich specjalnymi ofertami, zachęcających ich do dalszego korzystania z ich usług.

Kolejnym argumentem potwierdzającym znaczenie badania jest ryzyko powielającej się zależności, która powoduje długotrwałą stratę klientów, której przedsiębiorstwo mogłoby uniknąć, analizując zachowania oraz cechy klientów w grupie ryzyka.

W niniejszym raporcie zbadamy, jakie czynniki wpływają na decyzję klienta w przypadku zmiany banku. Skupimy się na czynnikach ekonomicznych, ale również aspektach psychofizycznych, które będą znacząco wpływać na wynik badanego przez nas zagadnienia.