

Сегментация клиентов банка по потреблению

Июль 2022

Автор исследования: Лусине Аванесян

Цели исследования

- Провести анализ клиентов регионального банка и составить портрет клиента с уклоном на факт оттока
- Дать рекомендации отделу маркетинга по таргетированию клиентов для уменьшения оттока

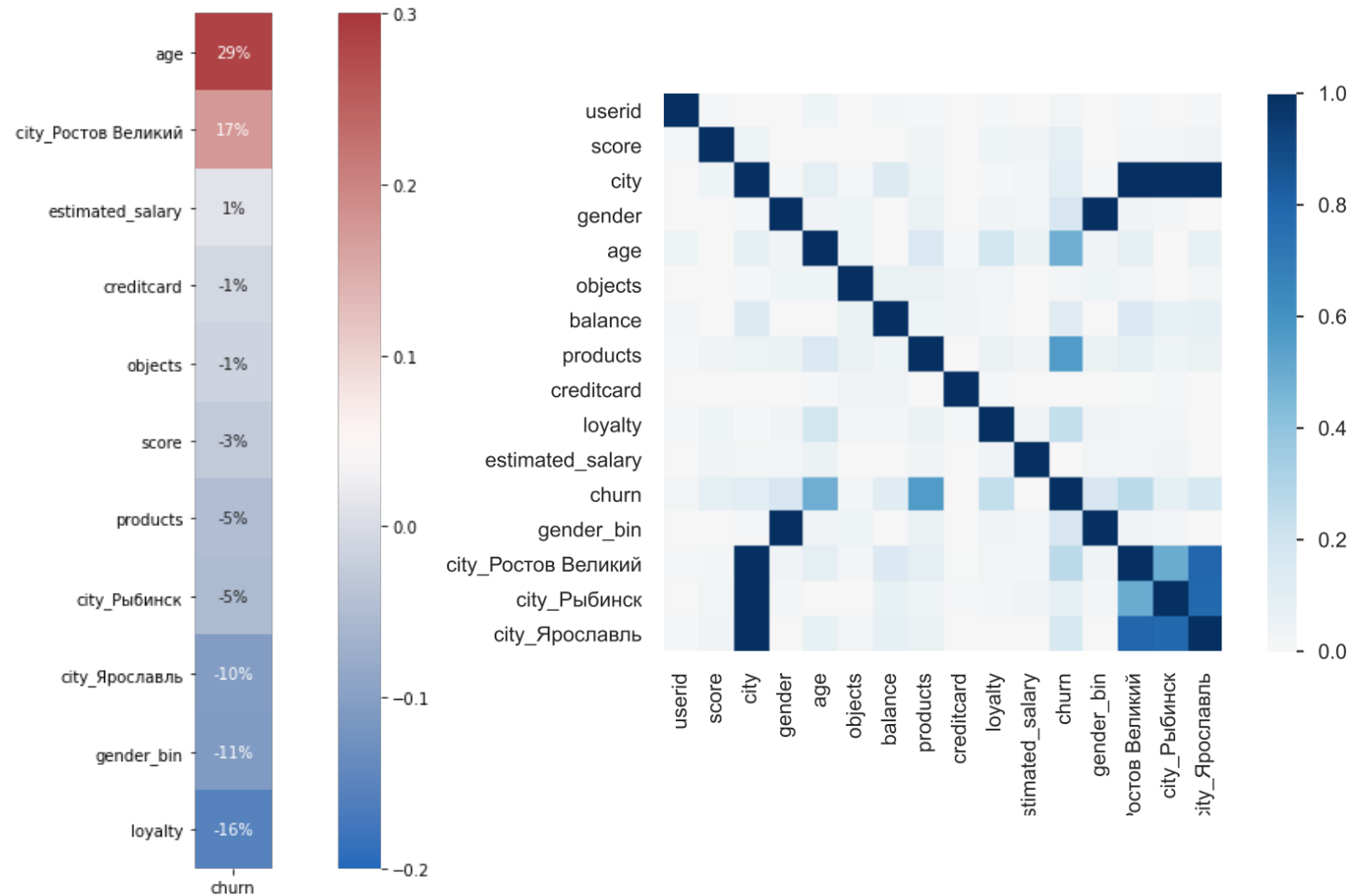
Общие выводы по исследованию

- В ходе сегментации клиентов мы выявили, что:
 - широкие категории, которые стоит таргетировать маркетингу для снижения оттока - клиенты старше 40, клиенты отделения в Ростове Великом, клиенты женского пола
 - оптимальное число продуктов, чтобы клиенты оставались - 2, при этом у большинства одним из этих продуктов будет кредитная карта

Рекомендации

- В первую очередь обратить внимание на клиентов, старше 40 лет - это категория людей с довольно стабильным доходом, поэтому стоит акцентировать внимание на интересных условиях по кредитам и кредитным картам - повышенный кэшбэк по сравнению с дебитовой картой, премиальный доступ к каким-то дополнительным услугам, чтобы повысить активность клиентов - возможность бронировать рестораны или покупать билеты в кино непосредственно через приложение банка, например
- Далее стоит посмотреть на клиентов в Ростове Великом - из этого отделения уходят больше клиентов, чем в других - возможно стоит посмотреть, если условия по каким-то продуктам для этого города отличаются от двух других, возможно не хватает городских партнеров для кэшбэка
- Ну и наконец, обратить внимание на женскую аудиторию клиентов банка - эта категория также относительно сильнее уходит в отток, чтобы его предотвратить, возможно стоит разработать продукты под эту категорию - например, кобрендовые карты совместно с крупными онлайн-магазинами одежды (lamoda), либо региональными лидерами
- Стоит быть аккуратнее с текущими клиентами, ибо при наличии более 2-х продуктов, вероятность оттока клиента увеличивается

Факторы, влияющие на отток клиентов



- На отток клиентов влияют следующие показатели:
 - Возраст
 - Факт нахождения отделения в Ростове Великом
 - Количество продуктов
 - Активность клиентов

Портрет отточного клиента

Количество ушедших (1) и оставшихся пользователей (0):

clients_number cleints_share		
churn		
0	7963	0.80
1	2037	0.20

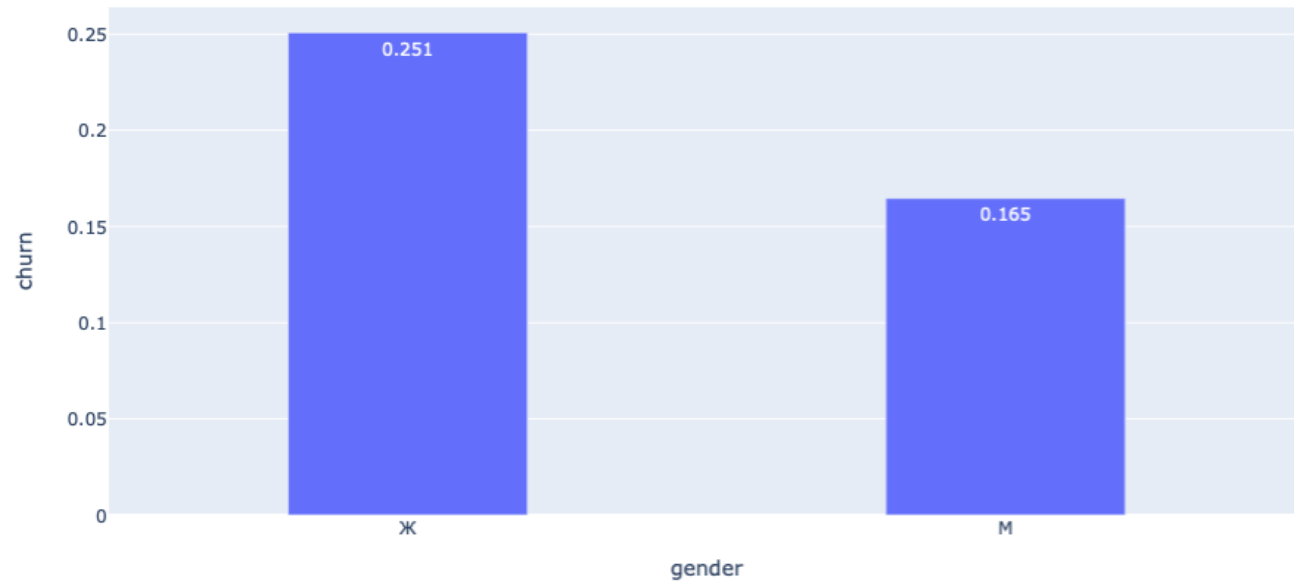
Средние значения признаков в разрезе разных значений churn:

	score	age	objects	products	creditcard	loyalty	estimated_salary	gender_bin	city_Ростов Великий	city_Рыбинск	city_Ярославль
churn											
0	651.85	37.41	5.03	1.54	0.71	0.55	99,738.39	0.57	0.21	0.26	0.53
1	645.35	44.84	4.93	1.48	0.70	0.36	101,465.68	0.44	0.40	0.20	0.40

- Средний score у отточного клиента ниже, при этом возраст выше
- По объектам и продуктам ситуация не сильно отличается, в среднем 5 объектов, от 1 до 2 продуктов
- Кредитными картами пользуется примерно одинаковое количество клиентов
- Отточный клиент менее активен, получает в среднем больше, среди них меньше мужчин (среднее по полу меньше 0.5)
- В Рыбинске клиенты уходят меньше всего

Портрет клиента по полу

Доля оттока по полу



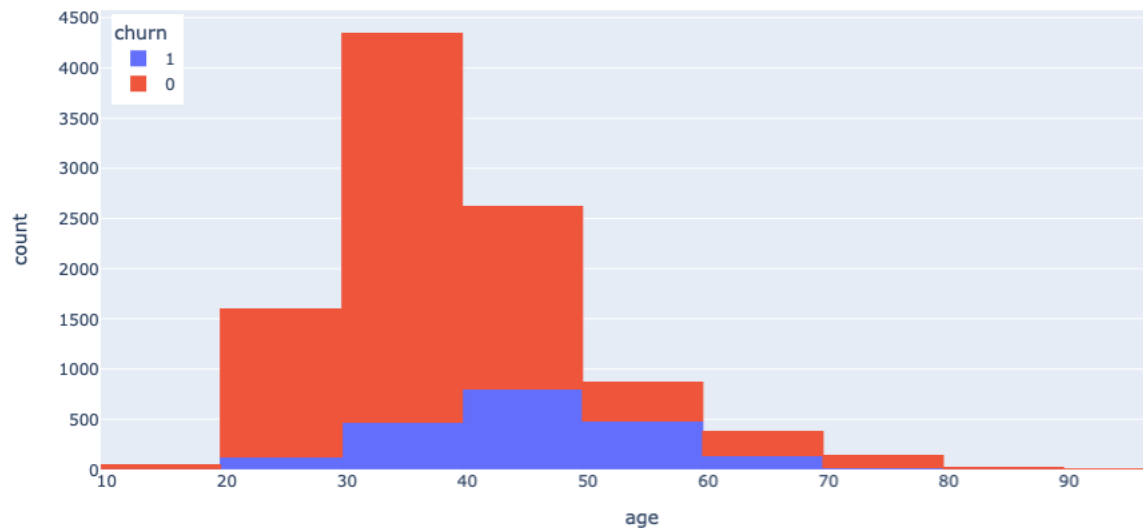
Количество женщин и мужчин в выборке:

	gender	score
0	Ж	4543
1	М	5457

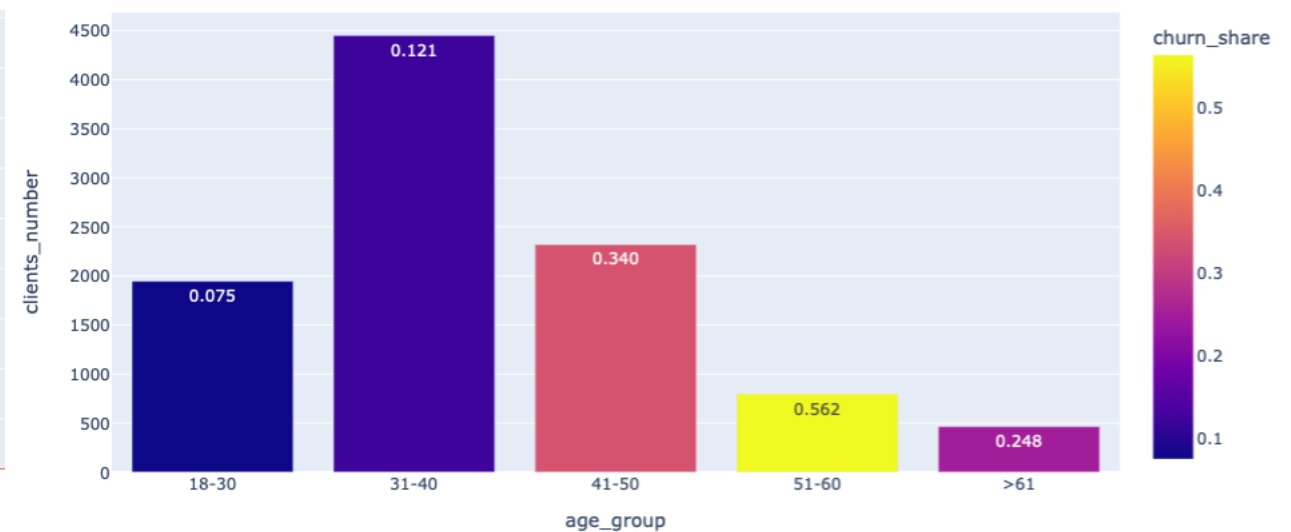
- Несмотря на тот факт, что женщин в выборке меньше, отток клиентов женского пола почти в 1.5 раза выше

Портрет клиента по возрасту

Распределение возраста в разрезе оттока



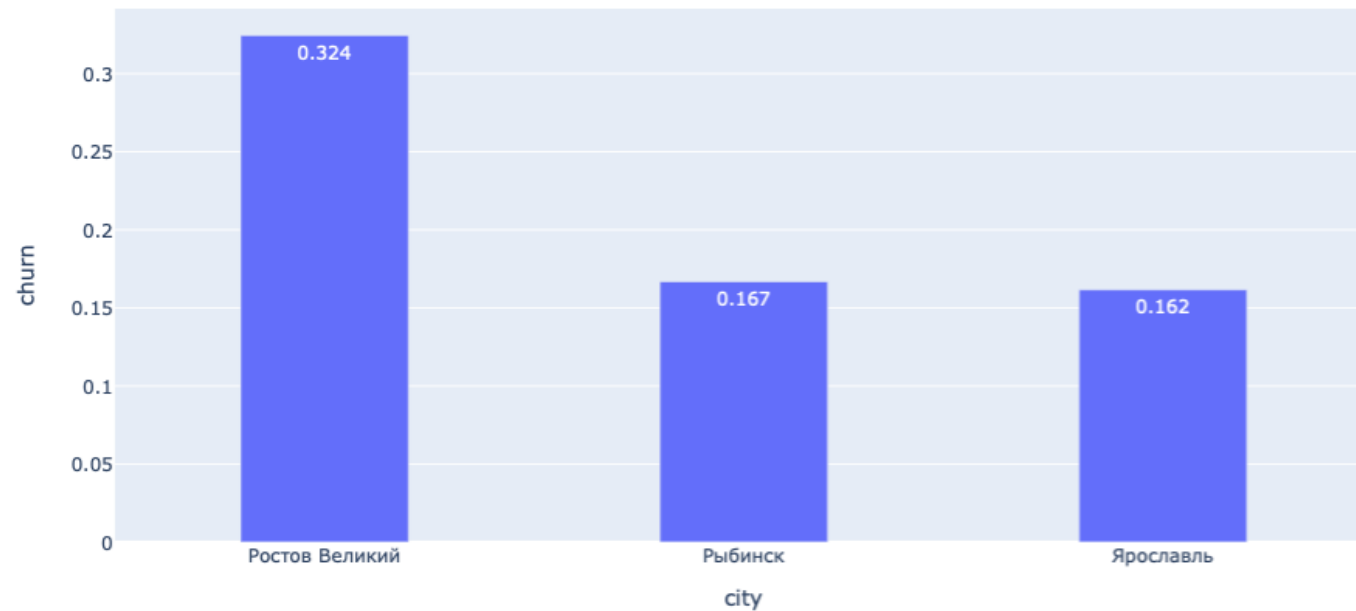
Доля оттока по возрастным группам



- Самая многочисленная группа среди остающихся клиентов - 31-40 лет, среди отточных 41-50
- Наибольший отток происходит в группе 51-60 лет и 41-50, наименьший в группе 18-30

Портрет клиента по городу

Доля оттока по городу

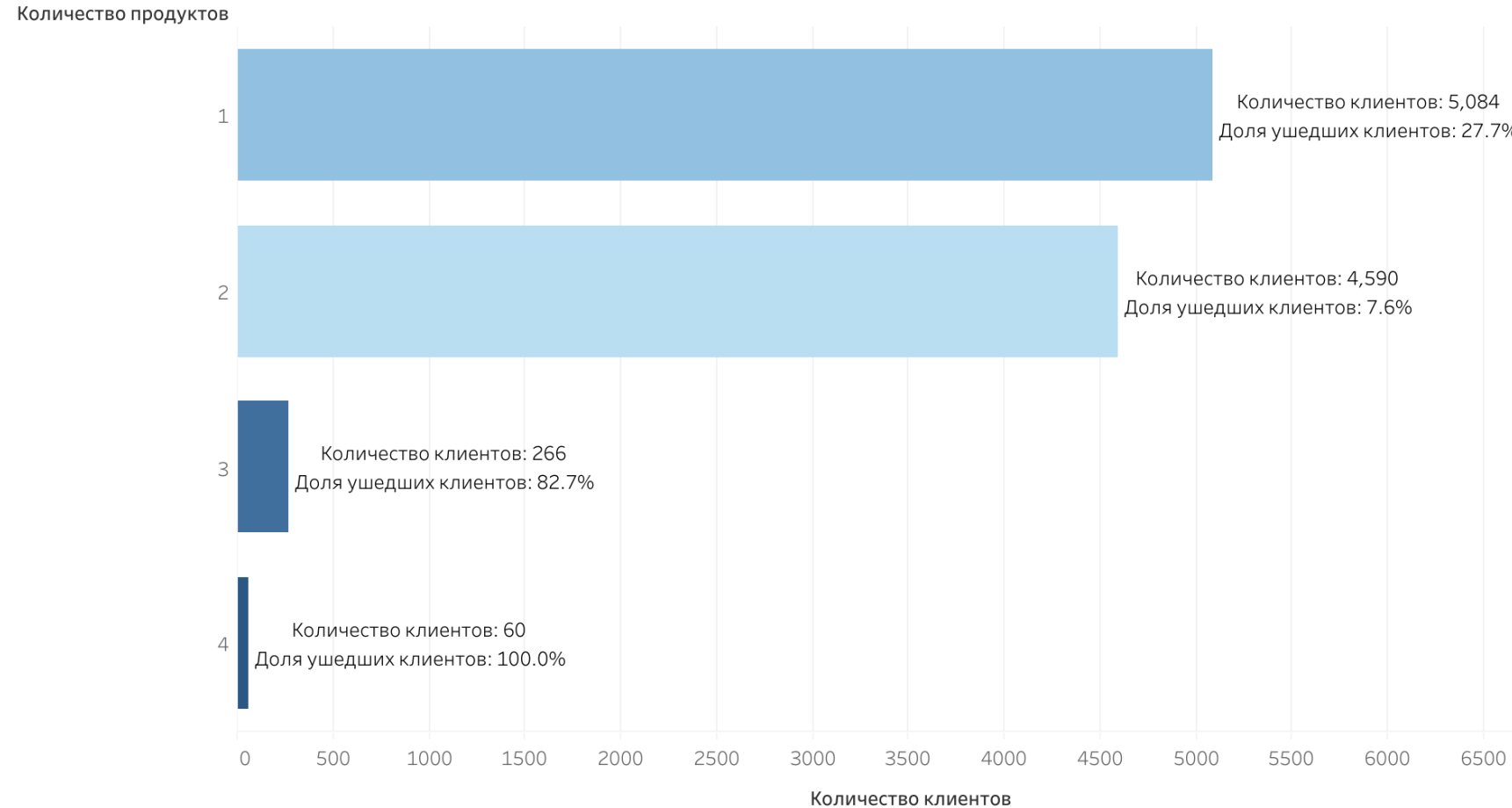


- Половина клиентов из Ярославля, по четверти из Ростова Великого и Рыбинска
- Наибольший отток наблюдается у клиентов из Ростова Великого

Количество клиентов по городам:

city	
Ростов Великий	2509
Рыбинск	2477
Ярославль	5014

Портрет клиента в разрезе количества имеющихся продуктов



- Оптимальное число продуктов для минимизации оттока клиентов - 2

Портрет клиента – таргетные группы для маркетинга

Группы для таргетирования:

	count	churn_surplus	potential_churn
Клиенты старше 40	3581	17.4%	622
Клиенты из Ростова Великого	2509	12.1%	303
Клиенты с более, чем двумя продуктами	326	65.5%	214
Клиенты женского пола	4543	4.7%	214

- churn_surplus показывает превышение оттока группы над средним оттоком выборки
- potential_churn показывает дополнительное количество отточных клиентов, которых мы можем идентифицировать, таргетируя ту или иную группу
 - из выделенных групп в первую очередь нужно будет таргетировать клиентов, старше 40
 - далее клиентов из Ростова Великого
 - далее клиентов женского пола и быть внимательнее к клиентам с двумя или более продуктами

Спасибо за внимание!