

Анализ текущего уровня потребительской лояльности телекоммуникационной компании

Проведено в июне 2022 года

Автор: Кулак Никита Сергеевич

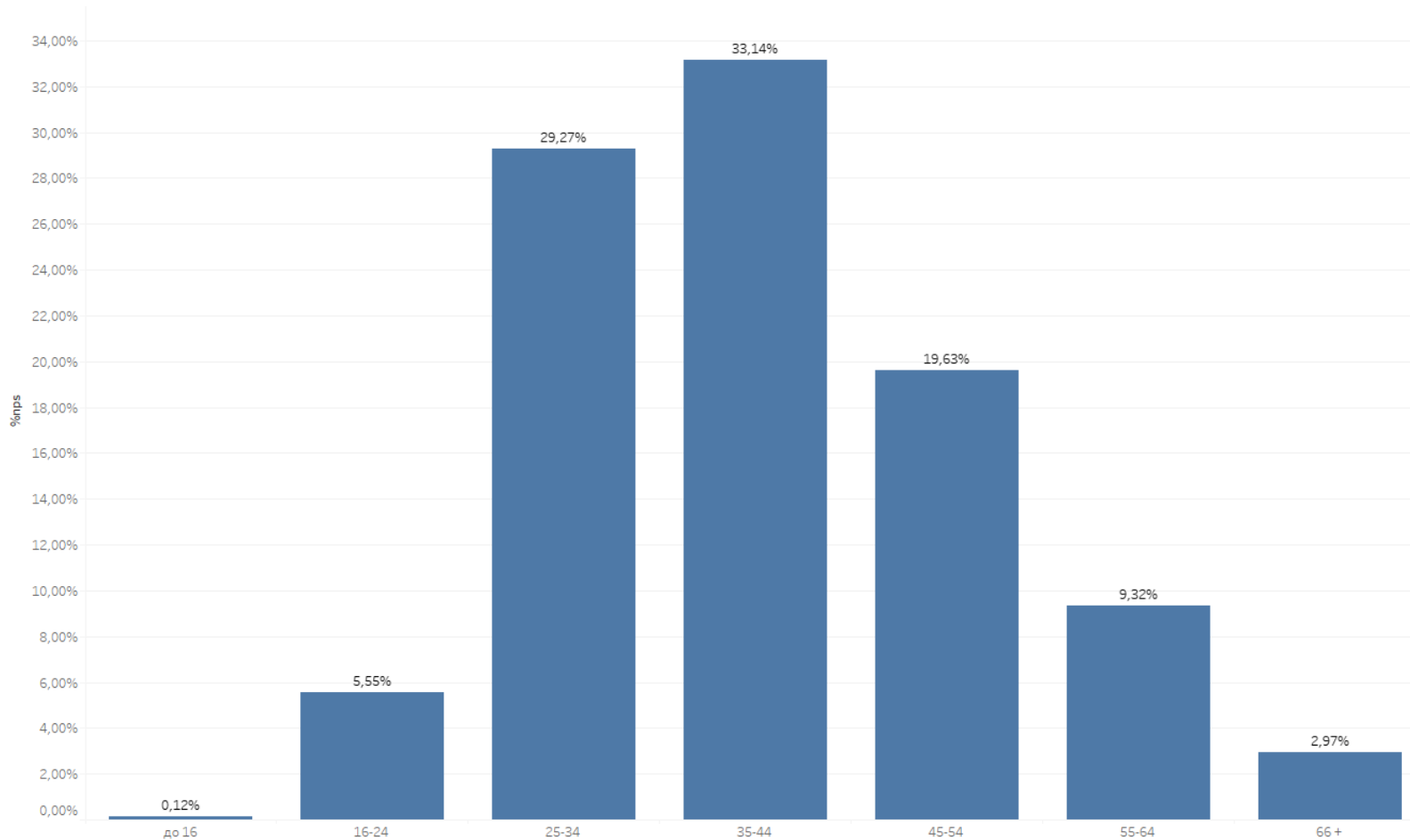
Цель исследования – создание дашборда для автоматизации решения рутинных аналитических задач телекоммуникационной компании

Задачи исследования:

- Выгрузить данные в SQL
- Создать общедоступный дашборд Tableau
- Подготовить презентацию для ответа на 4 основных вопроса:
 - Как распределены участники опроса по возрасту, полу и возрасту? Каких пользователей больше: новых или старых? Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?
 - Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису? Какие менее?
 - Какой общий NPS среди всех опрошенных?
 - Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников?

Информационная база исследования – данные из телекоммуникационной компании

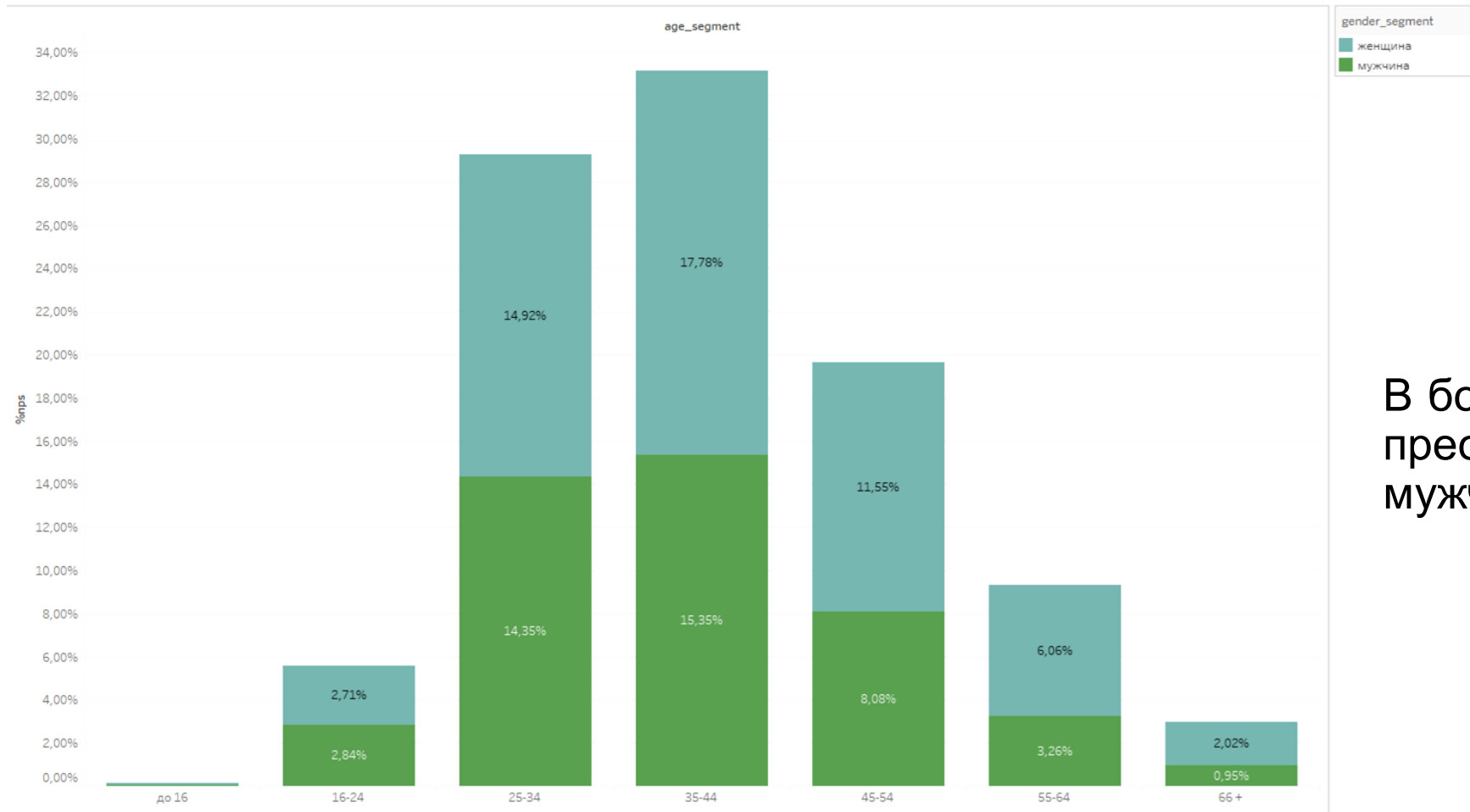
Распределение участников по возрасту и полу



Больше всего участников опроса в возрастной группе 35-44. Их доля составляет 33,14%.

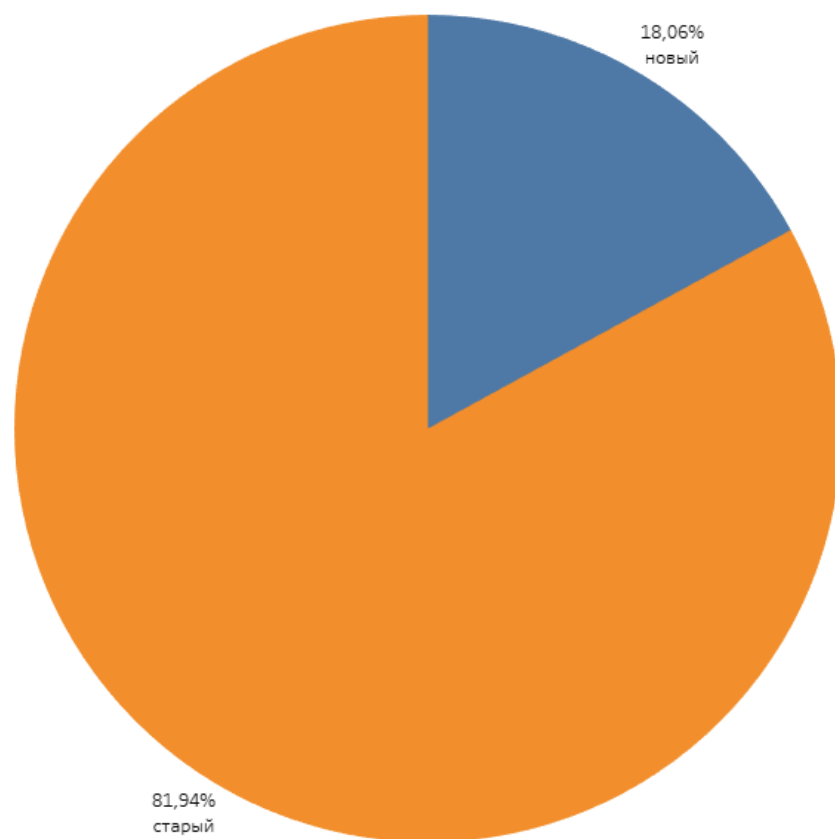
Чуть меньше опрошенных принадлежат к группам 25-34 и 45-54. Их доля соответственно равна 29,27% и 19,63%.

Распределение участников по возрасту и полу



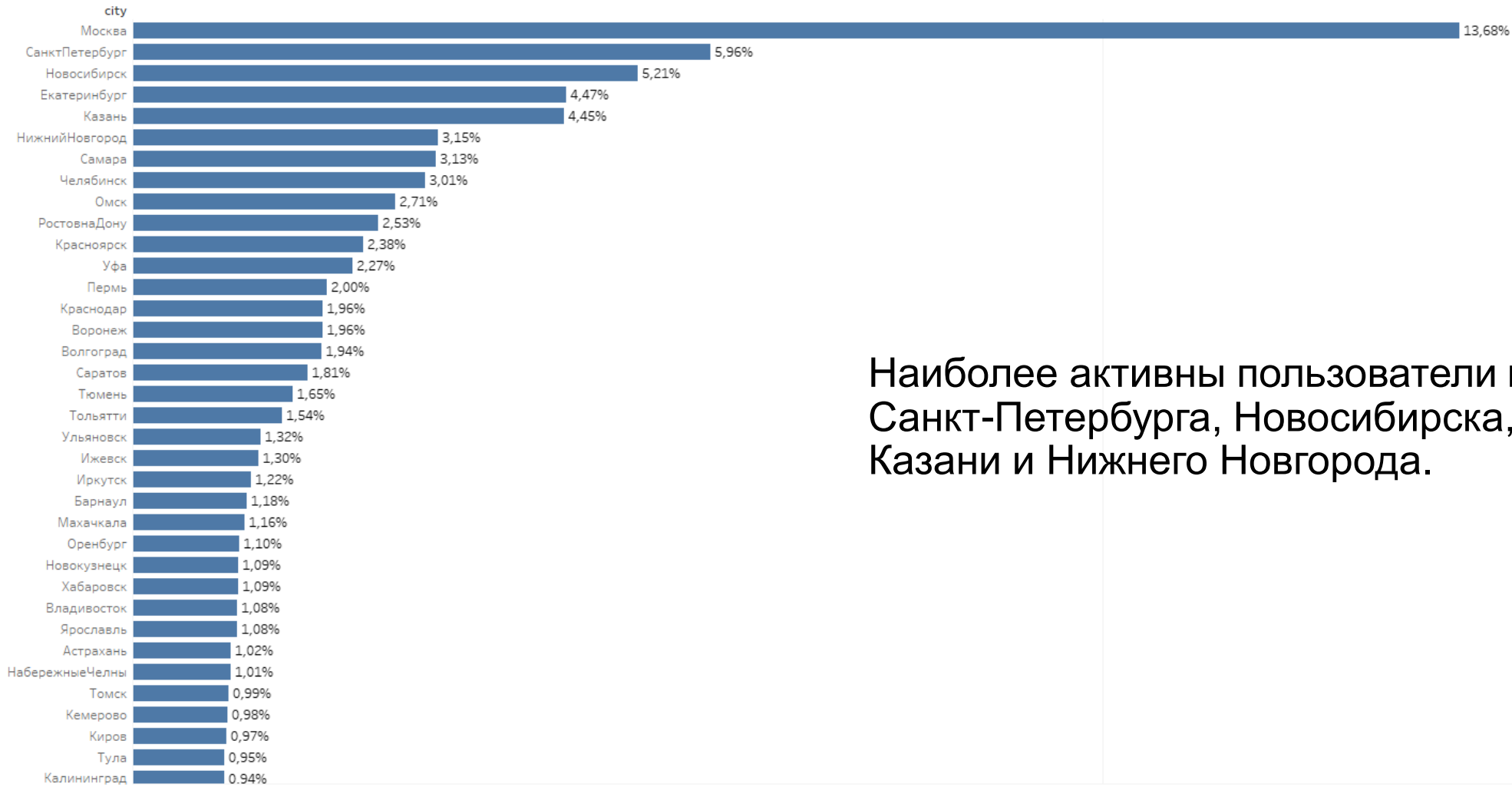
В большинстве возрастных групп преобладает доля женщин над мужчинами 1-3%.

Соотношение старых и новых пользователей



Среди всех опрошенных 82% составляют старые пользователи и 18% составляют новые пользователи.

Активность пользователей



Наиболее активны пользователи из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга, Казани и Нижнего Новгорода.

Лояльность пользователей

		lifetime_segment						AGG(total nps)
gender_seg..	age_segme..	0-0.5	0.5-1	1-2	2-3	3-4	5+	
женщина	до 16	27,03%	15,38%	5,26%	6,35%	-15,56%	-8,33%	-33,33% 63,97%
	16-24	25,68%	16,62%	8,32%	1,82%	-3,62%	-8,52%	
	25-34	32,84%	28,99%	21,40%	13,94%	8,19%	1,32%	
	35-44	44,57%	39,24%	32,98%	27,68%	22,65%	16,53%	
	45-54	54,62%	48,56%	44,17%	35,22%	33,42%	29,47%	
	55-64	59,28%	58,39%	51,85%	47,14%	45,26%	41,21%	
	66 +	53,68%	63,97%	56,66%	55,55%	51,02%	54,13%	
мужчина	до 16	11,76%	-2,86%	5,33%	-12,50%	-33,33%	-25,74%	-33,33% 63,97%
	16-24	20,11%	18,56%	5,38%	-2,63%	-10,51%	-10,58%	
	25-34	28,04%	24,04%	15,19%	8,35%	0,98%	-5,93%	
	35-44	37,85%	36,93%	30,69%	21,77%	18,42%	8,08%	
	45-54	46,49%	44,85%	37,17%	30,88%	25,57%	21,72%	
	55-64	52,98%	47,00%	42,39%	39,50%	35,50%	32,96%	
	66 +	61,86%	54,84%	47,23%	38,69%	43,28%	43,78%	

Наиболее лояльны женщины 55+ лет, которые пользуются услугами до года. Мужчины в среднем менее лояльны к компании, наиболее лояльны среди них лица 66+, которые пользуются услугами до 6 месяцев.

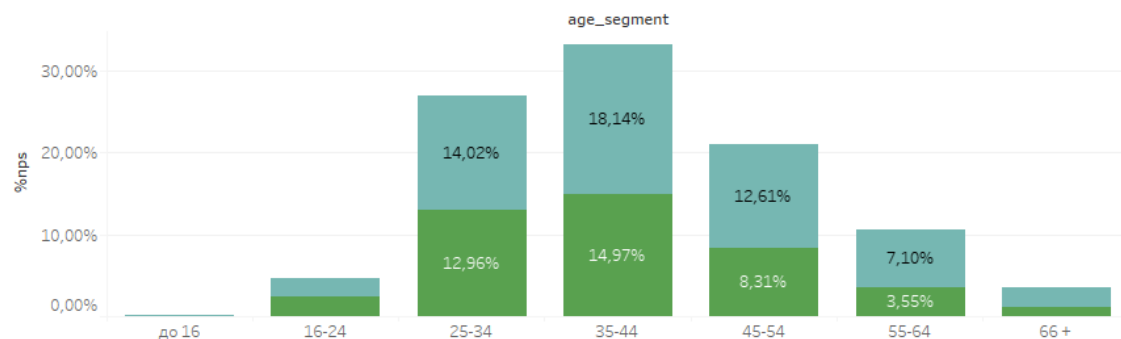
Наименее лояльны мужчины и женщины до 16 лет, которые пользуются услугами компании от 3 до 4 лет.

**Средний уровень лояльности
всех опрошенных**

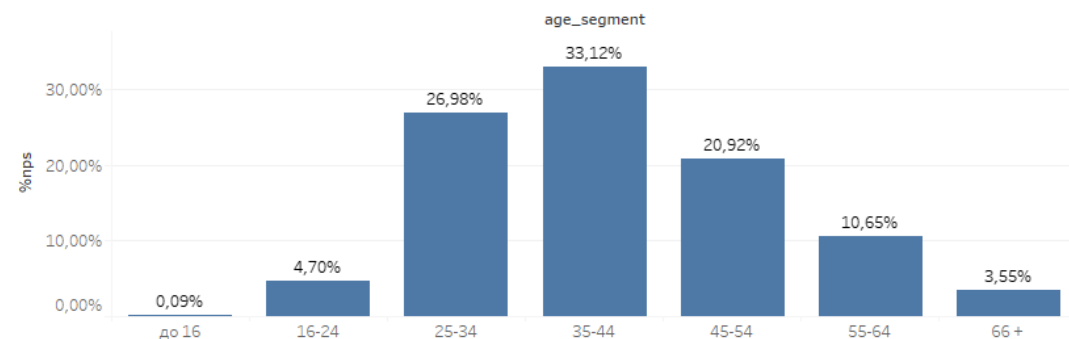
21,97%

«Портрет» сторонников

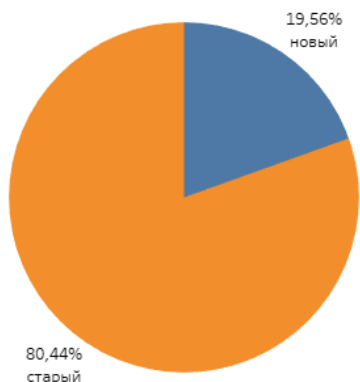
Распределение участников по возрасту и полу



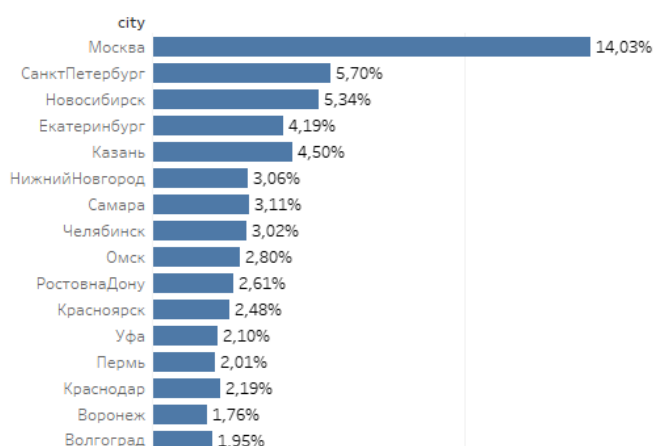
Распределение участников по возрасту



Соотношение старых и новых пользователей



Активность пользователей по городам



Лояльность пользователей к сервису

gender_seg..	age_segme..		lifetime_segment					
			5+	3-4	2-3	1-2	0.5-1	0-0.5
женщина	до 16	И.	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	16-24		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	25-34		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	35-44		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	45-54		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	55-64		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
мужчина	66+		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	до 16	И.	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	16-24		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	25-34		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	35-44		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	45-54		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	55-64		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
	66+		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Типичным сторонником является мужчина или женщина в возрасте 35-44 лет, которые являются старыми клиентами и живут в Москве, Санкт-Петербурге или Новосибирске.

Вывод

Tableau — мощный инструмент для анализа и визуализации данных, а также для автоматизации рутинных аналитических задач.

Общий уровень лояльности клиентов телекоммуникационной компании составляет 21,97%.

Больше всего участников опроса в возрастной группе 35-44. Их доля составляет 33,14%. Доля опрошенных женщин незначительно преобладает над долей мужчин.

Среди всех опрошенных 82% составляют старые пользователи и 18% составляют новые пользователи.

Наиболее активны пользователи из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска, Екатеринбурга, Казани и Нижнего Новгорода.

Рекомендации

Необходимо предоставить больше данных для углубленного изучения уровня лояльности клиентов телекоммуникационной компании.

В частности, необходимо выяснить причины уменьшения лояльности пользователей с течением времени и факторы, которые влияют на низкую лояльность пользователей в возрасте до 35 лет.