

# **Анализ текущего уровня потребительской лояльности (NPS) среди клиентов из России**

## Цели исследования:

- Провести анализ текущего уровня потребительской лояльности (NPS) среди клиентов телекоммуникационной компании.

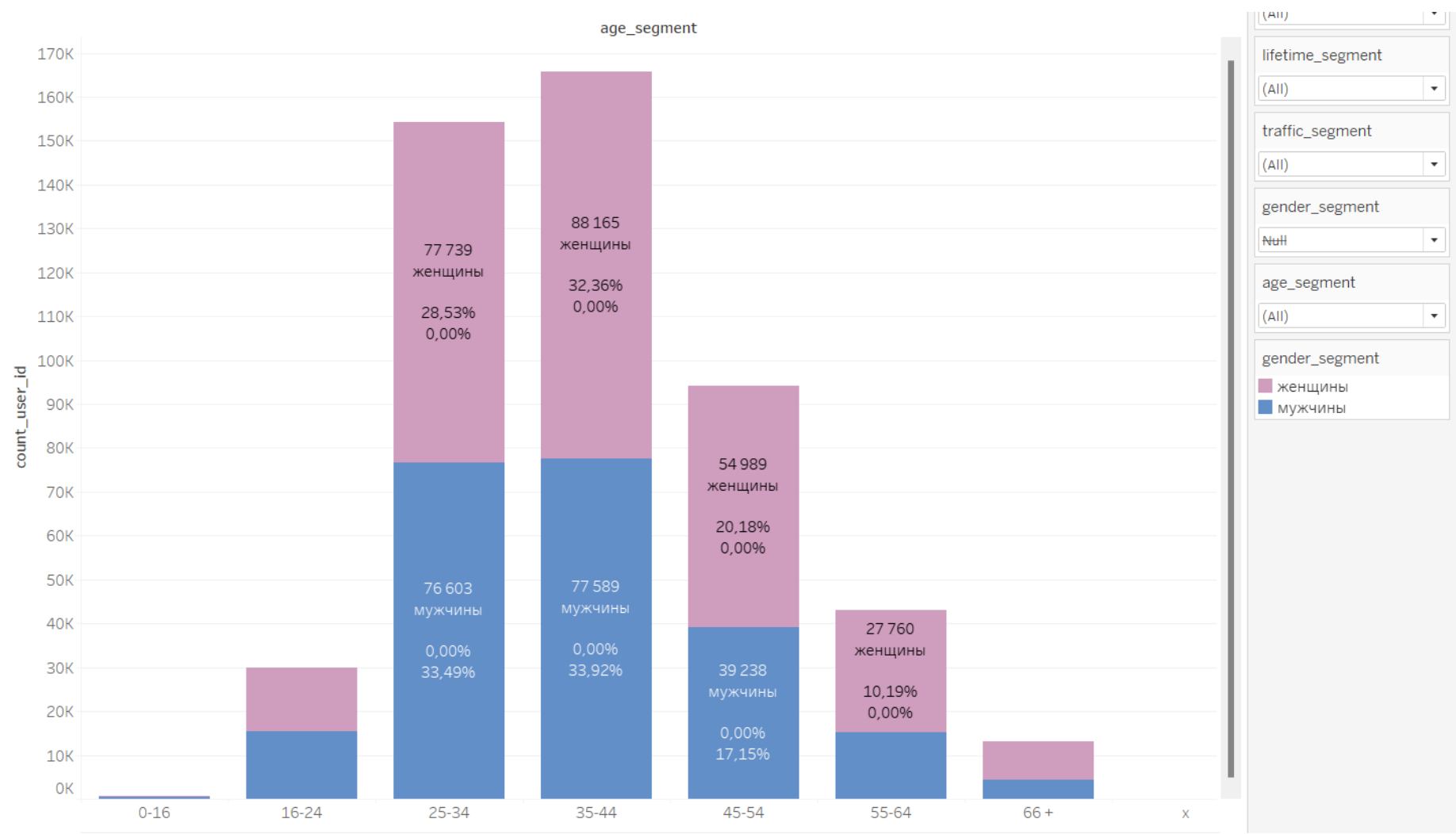
## Задачи исследования:

- Определить текущий уровень потребительской лояльности среди клиентов из России;
- Построить дашборд, который представит информацию о текущем уровне NPS среди клиентов и покажет, как этот уровень меняется в зависимости от пользовательских признаков.

## Общие выводы по исследованию:

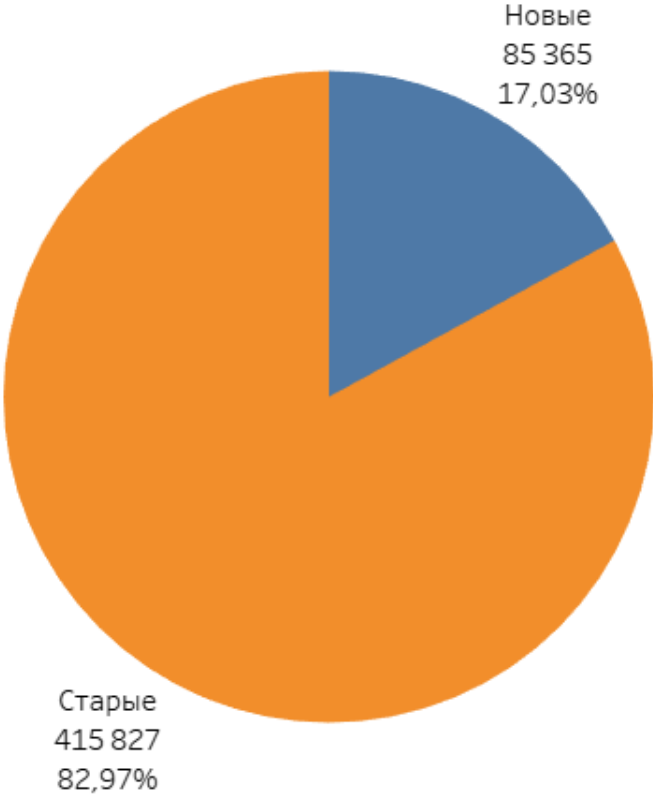
- Всего участников опроса 501192. Больше всего участников возраста 35-44 лет 165933 человека, из них женщин 88165, а мужчин 77589, меньше всего участников возраста до 16 лет 685 человек: мужчин 359, женщин 324;
- Старых клиентов больше, чем новых. 82.97 % против 17.03%;
- Активнее всего участвовали в опросе пользователи из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска;
- Наиболее лояльны к сервису женщины 25-34 и 45-54 лет и мужчины 45-64 лет из категории новых клиентов, наименее лояльны мужчины до 16 лет из категории старых клиентов;
- Общий NPS среди всех опрошенных составляет 21,97%;
- У сторонников чаще всего устройства с операционной системой Android. Также у большинства из них объём потребляемого трафика 1-5; 25-30; 50-55; 65-75; 85-90 ГБ. Это новые клиенты, которые пользуются сервисом 1 или 3 месяца. Большинство из них из Москвы.

# Распределение участников опроса по полу и возрасту



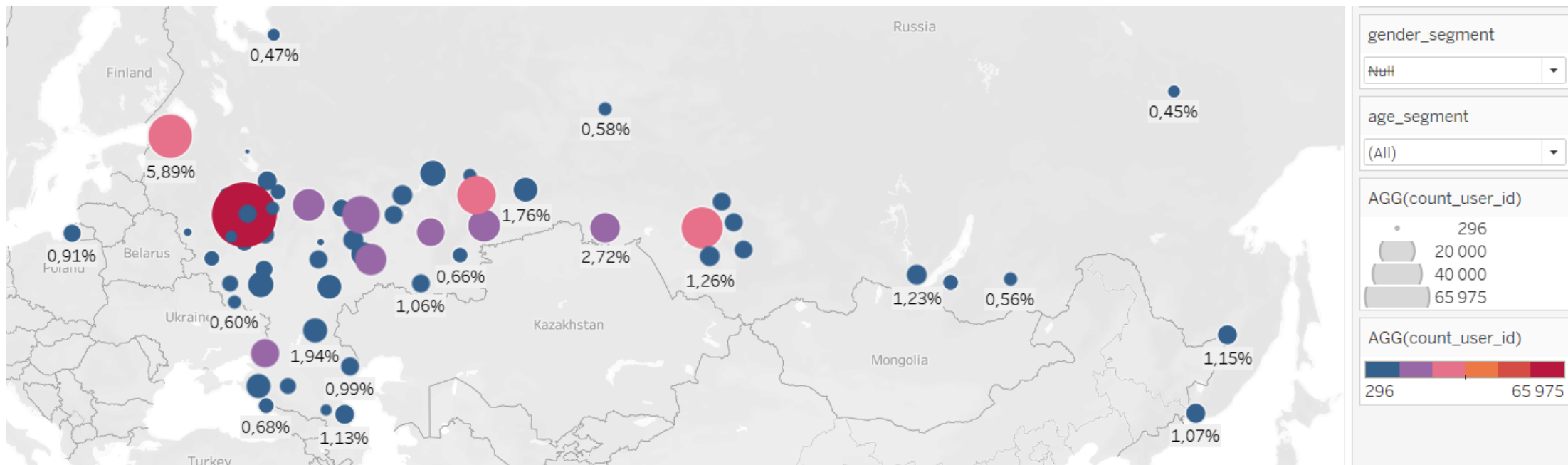
Больше всего участников опроса возраста 35-44 лет, меньше всего участников возраста до 16 лет

# Соотношение новых и старых клиентов среди участников опроса



Старых клиентов больше, чем новых

# Распределение участников опроса по городам



Активнее всего участвовали в опросе пользователи из Москвы, Санкт-Петербурга, Новосибирска

# Соотношение участников опроса по группе оценки и общий NPS среди всех участников

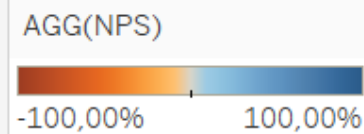


Общий NPS среди всех опрошенных составляет 21,97%

# Лояльность различных групп пользователей

Лояльность различных групп пользователей

		lifetime_segment							
gender_..	age_seg..	1	2	3	4-6	7-12	13-24	25-36	36+
женщины	0-16		50,00%	11,11%	22,22%	20,00%	1,79%	7,69%	-10,64%
	16-24		24,50%	23,61%	27,11%	16,50%	8,74%	1,98%	-6,58%
	25-34	100,00%	31,63%	35,98%	31,97%	29,13%	21,41%	14,52%	2,77%
	35-44	33,33%	45,08%	43,18%	44,95%	39,08%	33,24%	27,79%	17,50%
	45-54	100,00%	51,68%	58,49%	54,67%	48,47%	43,83%	36,03%	30,01%
	55-64		64,48%	55,51%	58,47%	58,34%	51,88%	47,55%	41,76%
	66 +		54,00%	53,19%	53,71%	64,09%	56,54%	55,96%	53,63%
	x	100,00%				100,00%	50,00%	-33,33%	-28,57%
мужчины	0-16		0,00%	35,71%	5,88%	0,00%	4,11%	-9,23%	-28,68%
	16-24		18,24%	21,12%	20,58%	18,66%	5,94%	-3,05%	-10,43%
	25-34	0,00%	28,59%	29,15%	27,46%	23,73%	15,38%	8,76%	-4,20%
	35-44	33,33%	37,16%	40,00%	37,57%	36,86%	30,88%	21,79%	10,09%
	45-54	100,00%	53,69%	49,36%	41,78%	44,86%	37,60%	31,15%	22,33%
	55-64	100,00%	39,35%	54,01%	57,25%	46,95%	42,72%	39,24%	33,49%
	66 +		67,39%	69,70%	57,39%	54,44%	47,35%	38,72%	43,73%
	x	0,00%	-100,00%		-50,00%	-100,00%	-33,33%	-100,00%	-53,85%



- Наиболее лояльны к сервису женщины 25-34 и 45-54 лет и мужчины 45-64 лет, наименее лояльны мужчины до 16 лет;
- У сторонников чаще всего устройства с операционной системой Android. Это новые клиенты, которые пользуются сервисом 1 или 3 месяца. Большинство из них из Москвы.