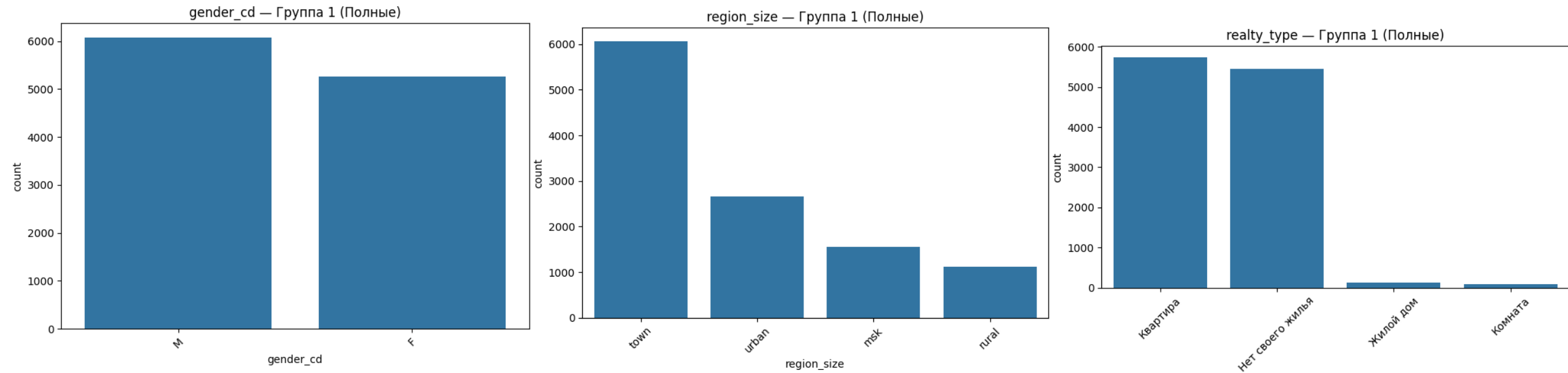


**Возраст клиентов** имеет нормальное распределение с пиком в диапазоне 30–45 лет. *Средний возраст – 37 лет.*

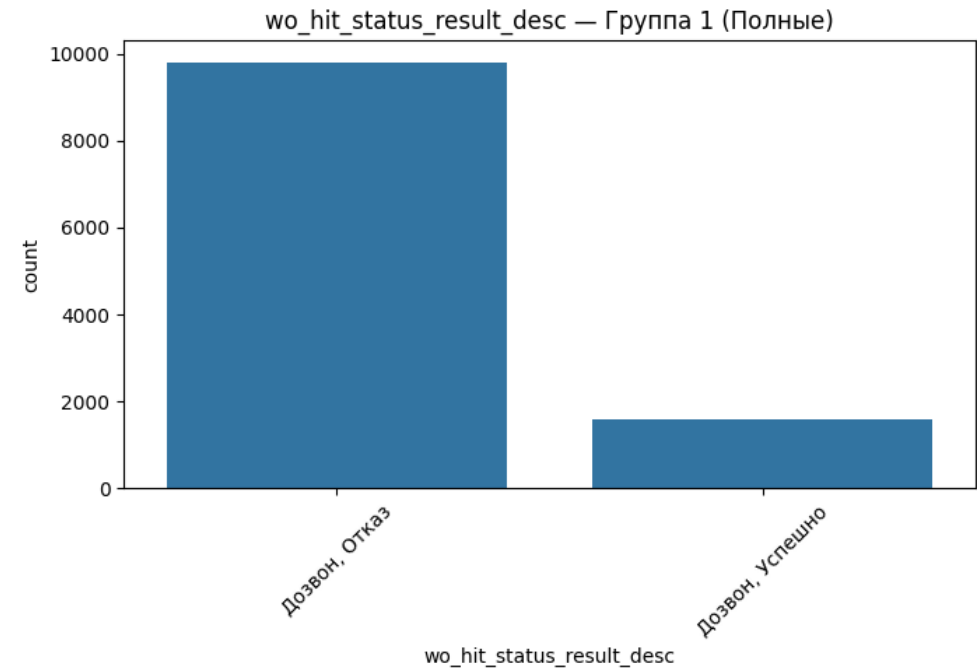
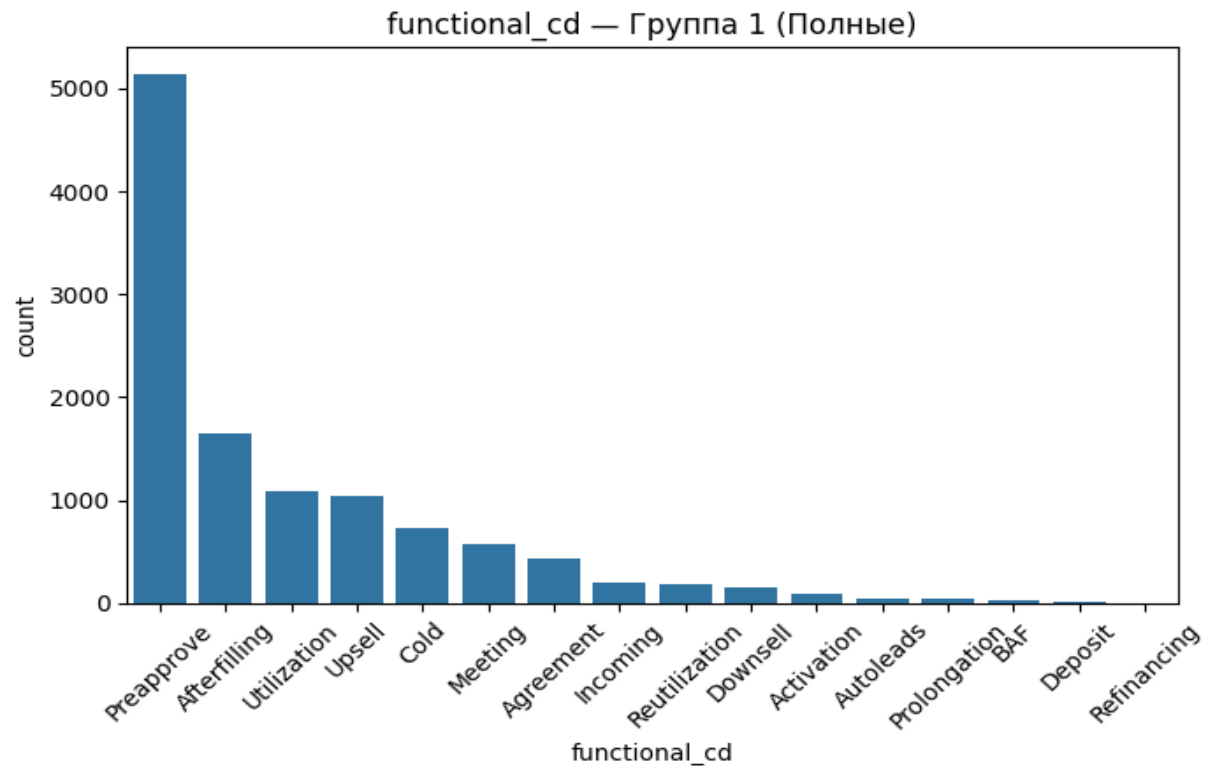
**Длительность звонков** также распределена нормально, основная масса — до 150 секунд. Это говорит о том, что большинство разговоров — краткие.



**Мужчинам звонят немного чаще, но соотношение полов почти равное.**

**Наибольшее количество клиентов — из обычных городов ("town"), меньше всего — из сельской местности ("rural").**

**По типу жилья: дом и комната встречаются редко, а основные группы — "квартира" и "нет своего жилья", по ним будет проводиться аналитика.**



Самые частые цели — Preapprove, Upsell, Cold, Activation, Verification.

Продукты Deposit и Refinancing не имеют ни одного успешного звонка, и исключены из анализа.

Общая конверсия (по всем целям) около 13%

## Продуктовые гипотезы

### Предположение:

Конверсия звонков в Москве **существенно снижается в 18 часов**, когда люди возвращаются с работы и менее расположены к общению. В 19 часов, напротив, она резко растёт — пользователи дома и более открыты к обсуждению финансовых продуктов.

### Экономический смысл:

**✗** В 18:00 по Москве **неэффективно звонить в МСК**

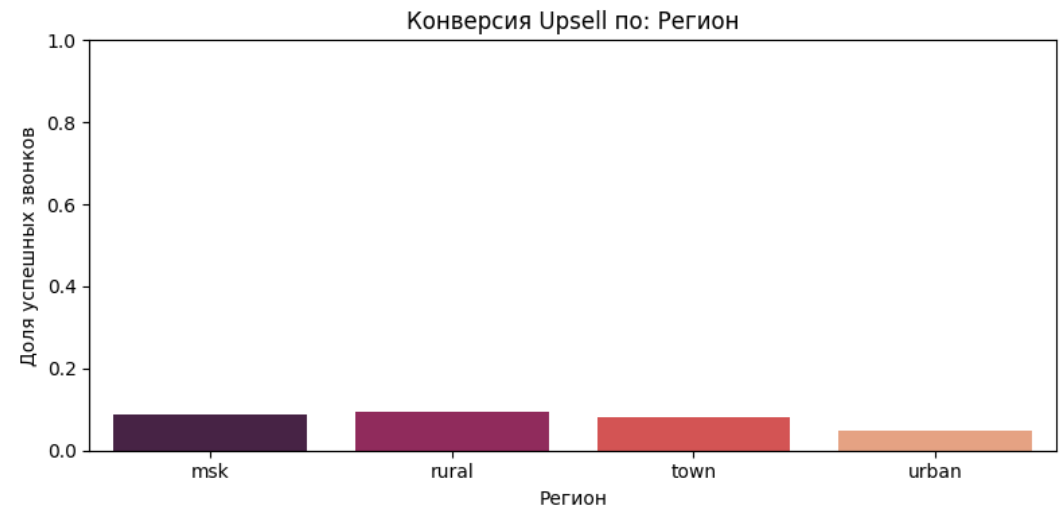
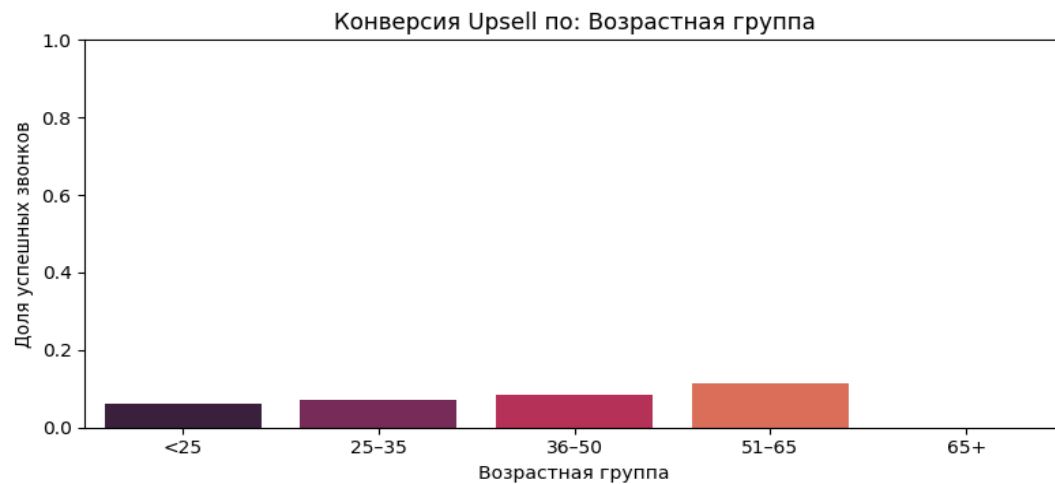
**✓** Можно в это время **перенаправлять усилия на другие регионы** (с разницей +1...+5 ч), где локальное время — более "продуктивное окно"

### Предположение:

**Upsell** (предложение более дорогого продукта) срабатывает **значительно чаще** у клиентов **в возрасте 51–65 лет**, проживающих **вне городов-миллионников**.

### Экономический смысл:

Позволяет оператору **предлагать дорогой продукт только тем, кто с высокой вероятностью согласится**, тем самым **снижая затраты и увеличивая выручку**.



### Гипотеза:

Конверсия при предложении более дорогого продукта (**Upsell**) будет **значительно выше**, если целиться на клиентов **в возрасте 51–65 лет** и **проживающих вне городов-миллионников**, возрастной группе 65+ лет нет смысла предлагать Upsell.

**III** Анализ показал:

Возрастная группа **51–65 лет** — самая высокая конверсия (11.4%)

В **urban** регионах (города-миллионники) — **наименьшая** конверсия.

- **Экономическая ценность:**

Персонализированное предложение Upsell таким клиентам позволит:

- 🎯 Повысить точность предложений
- 📈 Увеличить конверсию
- 💰 Снизить затраты на обзвон и сократить нагрузку на операторов

## Как работал, использование ИИ:

- Использовал **собственные** заготовки и наработки кода
- Применил **ChatGPT** для ускорения оформления визуализаций и генерации скриптов, что позволило подготовить этот проект за **2 дня**
- Проверял и адаптировал код под задачи самостоятельно
- **Гипотезы, выводы и аналитические решения — только мои**
- ИИ использовался **как помощник**, а не замена аналитической работы

Выполнил: Уваров Н.С.