

СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА ПО КОЛИЧЕСТВУ ПОТРЕБЛЯЕМЫХ ПРОДУКТОВ

Исполнитель: Соболева Ольга

Тел.: +7 (903) 111-11-11

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ▶ Выделить среди пользователей различного количества продуктов разнообразные, но однородные внутри сегменты таким образом, чтобы изменение банковских продуктов приводило к уменьшению оттока

ЗАКАЗЧИК

- ▶ Отдел маркетинга «Метанпромбанка»

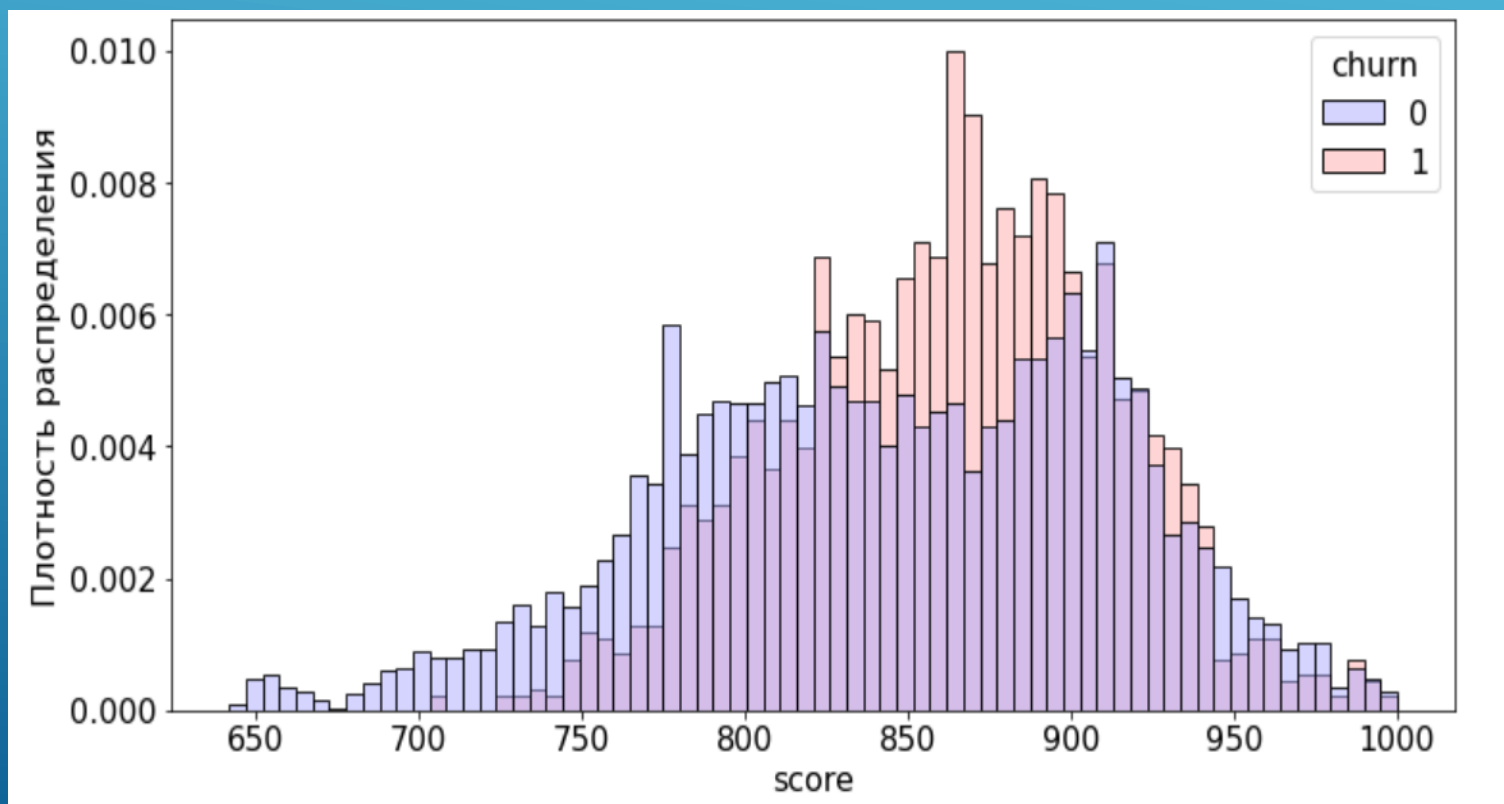
ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- ▶ Провести исследовательский анализ, включающий исследование корреляций и портретов клиентов
- ▶ Определить, какие признаки влияют на количество используемых продуктов
- ▶ Выделить с применением количества продуктов высокоотточные сегменты и приоритизировать их
- ▶ Дать рекомендации по приоритетным сегментам

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

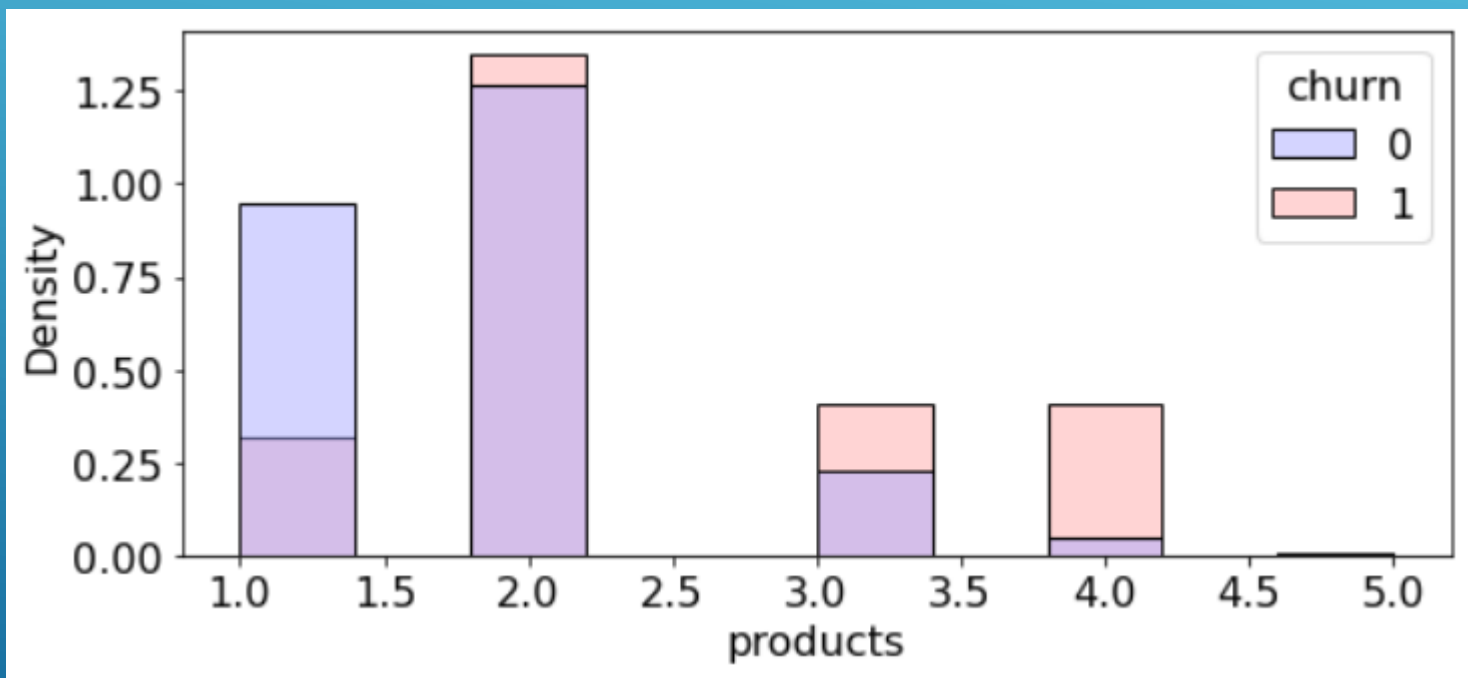
- ▶ Из банка уходит много клиентов, имеющих высокую зарплату, хороший показатель кредитного скоринга, высокую оценку собственности, большую сумму на балансе счета. Т.е. уходят обеспеченные, платежеспособные клиенты. Видимо, в банке нет выгодных условий по многим продуктам. Также, стоит обратить внимание на работу с VIP-клиентами. Необходимо почаще проводить опросы, узнавать мнение клиентов о качестве обслуживания в банке, продуктовой линейке и их потребностях.
- ▶ Плохо задерживается в банке молодежь. Возможно, для молодых клиентов не предусмотрены никакие молодежные программы. Стоит предложить, например, бесплатное обслуживание дебетовых карт для студентов.
- ▶ Есть явно хороший продукт, который точно стоит рекомендовать пользователям - это кредитная карта. Большинство остальных продуктов явно требуют улучшения.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПРИЗНАКУ КРЕДИТНОГО СКОРИНГА В РАЗРЕЗЕ ОТТОЧНОСТИ



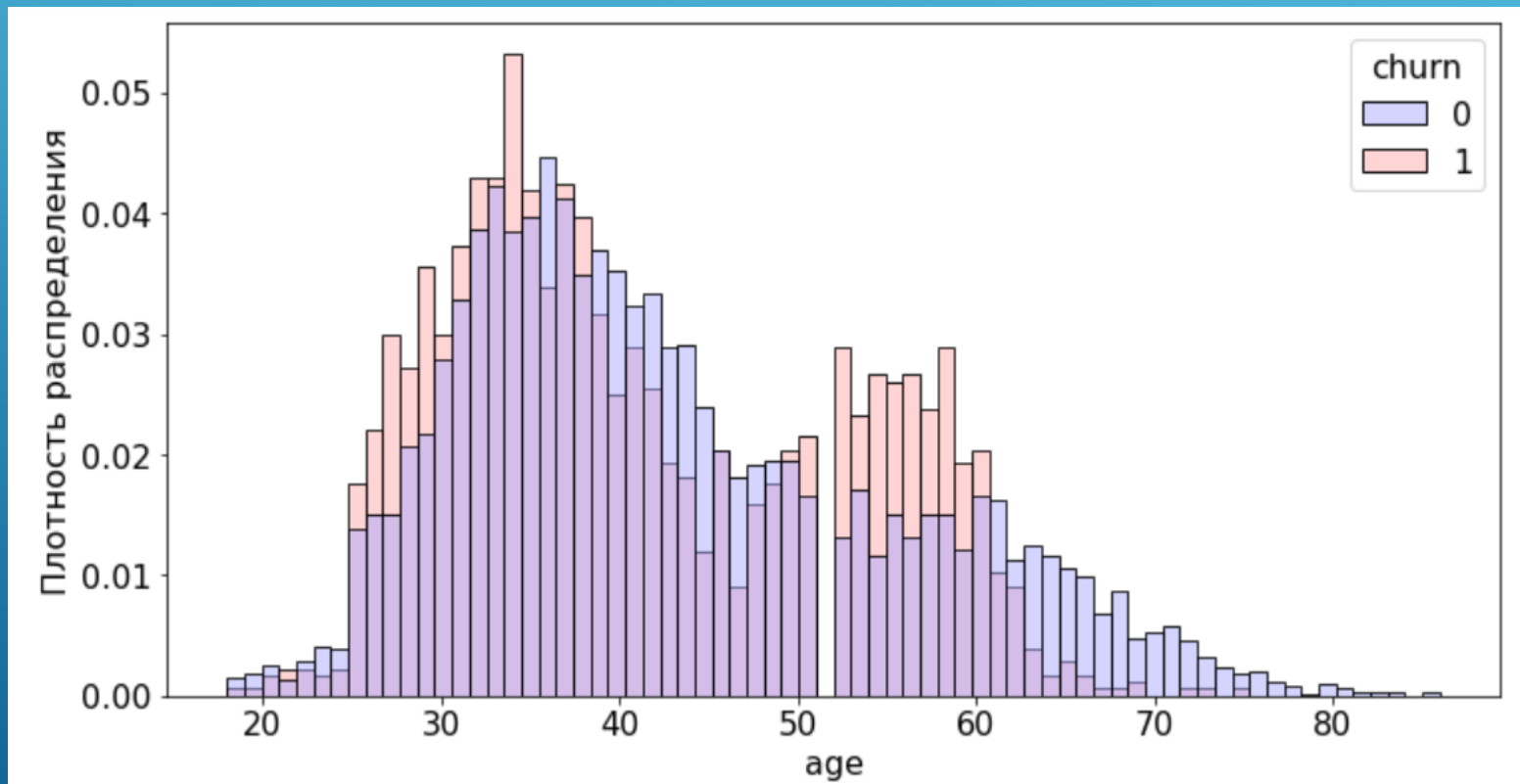
- ▶ Клиенты с высоким кредитным рейтингом (от 820 до 940 баллов) в основном уходят из банка
- ▶ В интервале более низкого рейтинга отток не наблюдается

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПРОДУКТАМ В РАЗРЕЗЕ ОТТОЧНОСТИ



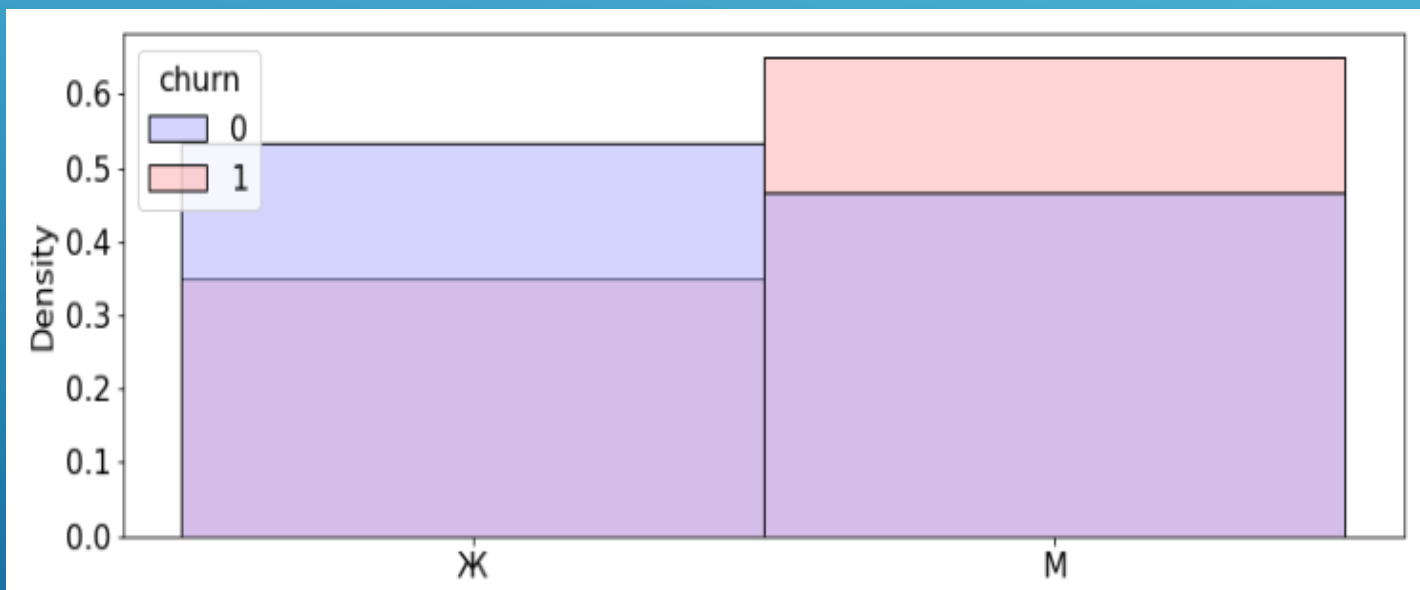
- ▶ Большая часть клиентов с одним продуктом остается в банке
- ▶ Чем больше продуктов, тем выше отточность

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВОЗРАСТУ В РАЗРЕЗЕ ОТТОЧНОСТИ



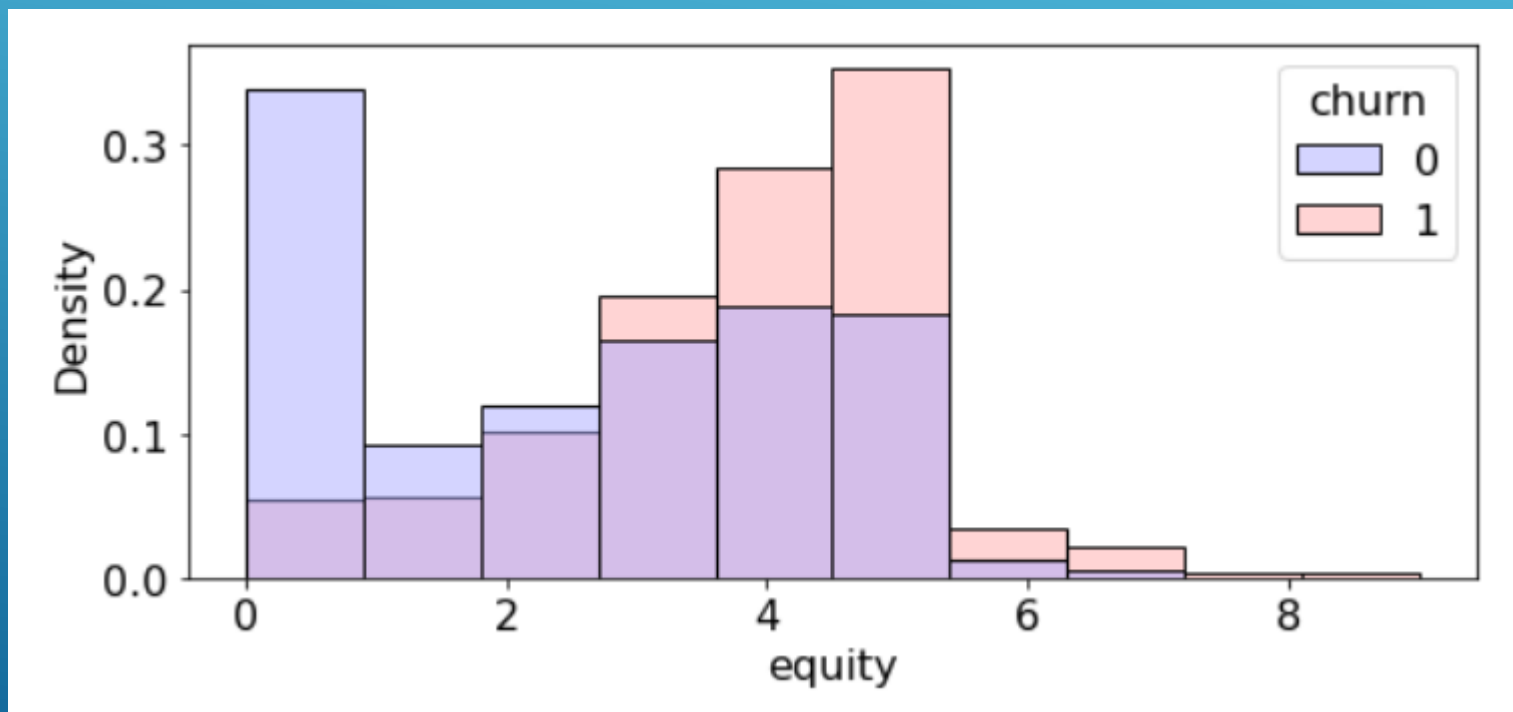
- ▶ Отточность клиентов наблюдается в интервалах с 25 до 36 лет и с 48 до 60 лет

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ПОЛУ В РАЗРЕЗЕ ОТТОЧНОСТИ



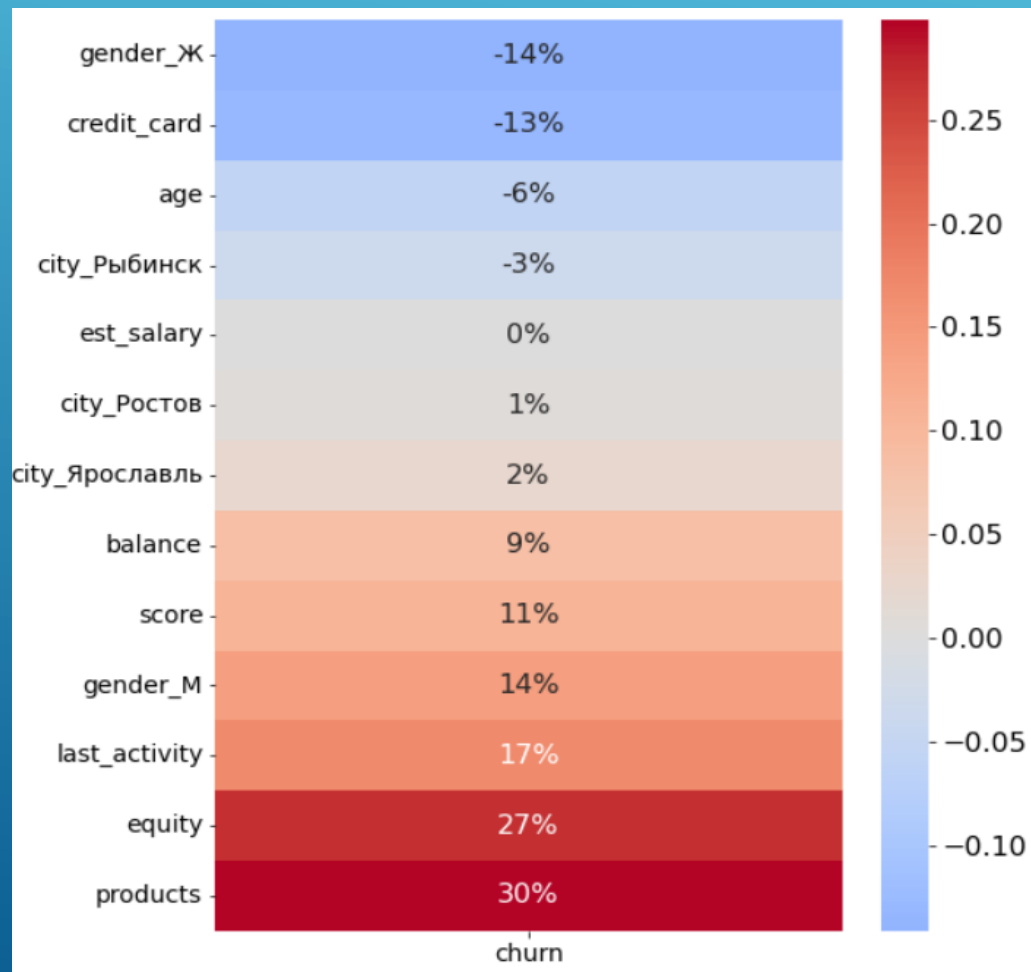
- Клиентов мужчин больше, но при этом, уходят они из банка чаще, чем женщины

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ОЦЕНКЕ СОБСТВЕННОСТИ В РАЗРЕЗЕ ОТТОЧНОСТИ



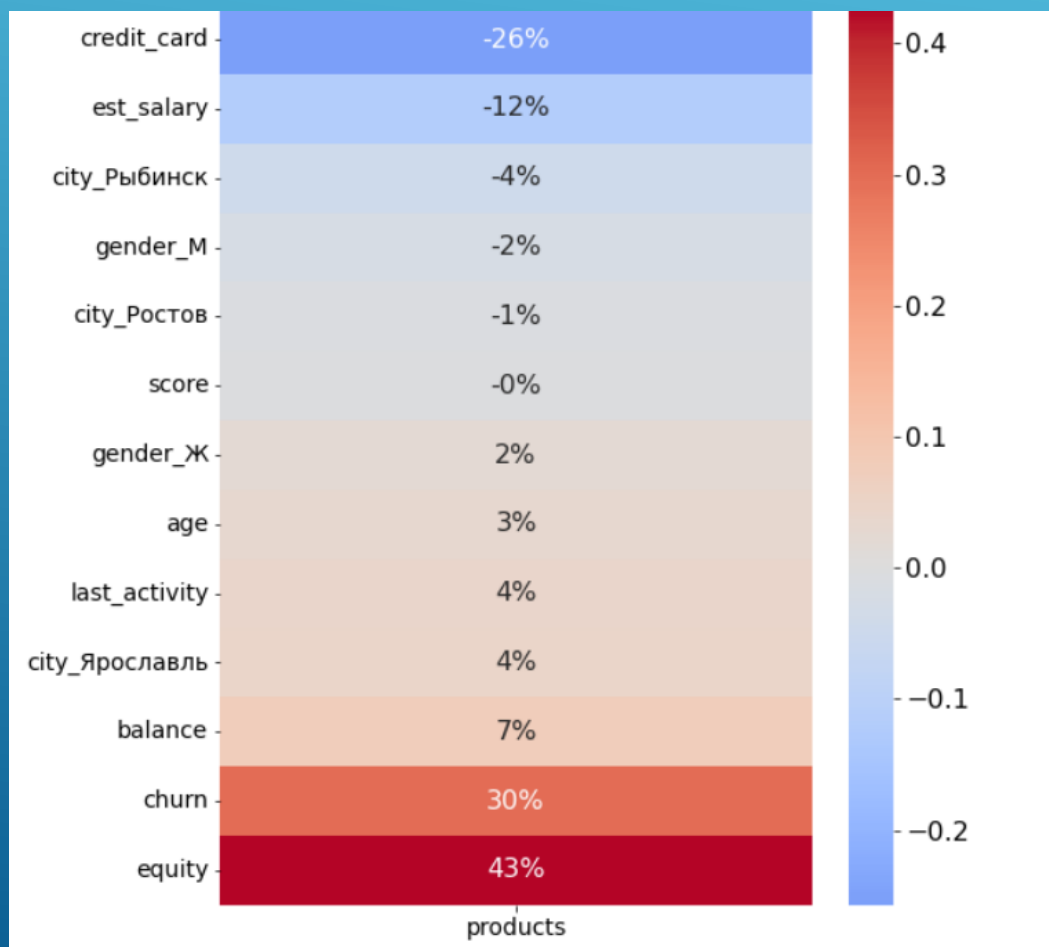
- Чем выше оценка собственности, тем больше отток

КОРРЕЛЯЦИЯ ТОЧНОСТИ СО ВСЕМИ ПРИЗНАКАМИ



- ▶ 30% с продуктами – чем больше продуктов, тем выше отточность
- ▶ 27% с оценкой недвижимости – чем выше оценка, тем больше отточность
- ▶ 13% с наличием кредитной карты – обратная связь, отточность ниже у категории клиентов с кредитной картой
- ▶ Также небольшая корреляция прослеживается с полом, возрастом, активностью и балансом клиента

КОРРЕЛЯЦИЯ ПРОДУКТОВ СО ВСЕМИ ПРИЗНАКАМИ



- ▶ 43% с оценкой собственности – чем выше оценка собственности, тем больше количество продуктов у клиента
- ▶ 30% с отточностью – чем больше продуктов, тем выше отток
- ▶ 26% с наличием кредитной карты – обратная связь. Чем больше у клиента продуктов, тем меньше вероятность, что среди них есть кредитная карта

КЛЮЧЕВЫЕ ОТЛИЧИЯ УХОДЯЩИХ КЛИЕНТОВ ОТ ОСТАВШИХСЯ

- ▶ Уходящие клиенты имеют более высокий кредитный рейтинг
- ▶ Уходящие клиенты моложе
- ▶ Уходящие клиенты имеют более высокий заработок
- ▶ Уходящие клиенты имеют больше сумму на балансе
- ▶ Уходящие клиенты владеют гораздо более ценным имуществом в собственности
- ▶ Уходящие клиенты намного чаще проявляют активность
- ▶ Также стоит отметить что мужчины уходят чаще чем женщины

ОТТОЧНЫЕ СЕГМЕНТЫ

Сегмент 1

Возраст: 48 – 60 лет

Кредитный скоринг: 820 – 940
(высокий)

Количество продуктов: от 3 до 5

Кредитная карта: нет

452 человек отточных в сегменте

44,9% относительно общего
количества клиентов в сегменте

Рекомендации

- ▶ Предложить более выгодные условия кредитования
- ▶ Сделать интересное предложение с учетом возраста клиента. Тех, кому ближе к 60 годам, возможно, заинтересовали бы выгодные условия по пенсионным вкладам и картам
- ▶ Предложить кредитную карту
- ▶ Провести анкетирование

ОТТОЧНЫЕ СЕГМЕНТЫ

Сегмент 2

Возраст: 25 – 36 лет

Кредитный скоринг: 820 – 940
(высокий)

Количество продуктов: 2

Кредитная карта: нет

801 человек отточных в
сегменте

25% относительно общего
количества клиентов в
сегменте

Рекомендации

- ▶ Предложить более выгодные условия кредитования
- ▶ Учесть возрастные особенности. Люди в возрасте 25 - 36 лет очень активны. Возможно, стоит предложить повышенные кешбеки при оплате картой банка. Можно разработать для таких клиентов партнерские программы совместно, например, с туристическими компаниями или фитнес-центрами.
- ▶ Предложить кредитную карту
- ▶ Провести анкетирование