Исследование - определение текущего уровня лояльности клиентов в России

- Заказчик исследования телекоммуникационная компания, оказывающая услуги связи в СНГ
- **Цель исследования:** определить текущий уровень потребительской лояльности (NPS)

• Исполнитель: Пестеров С.

• Контакты: spin.el@yandex.ru

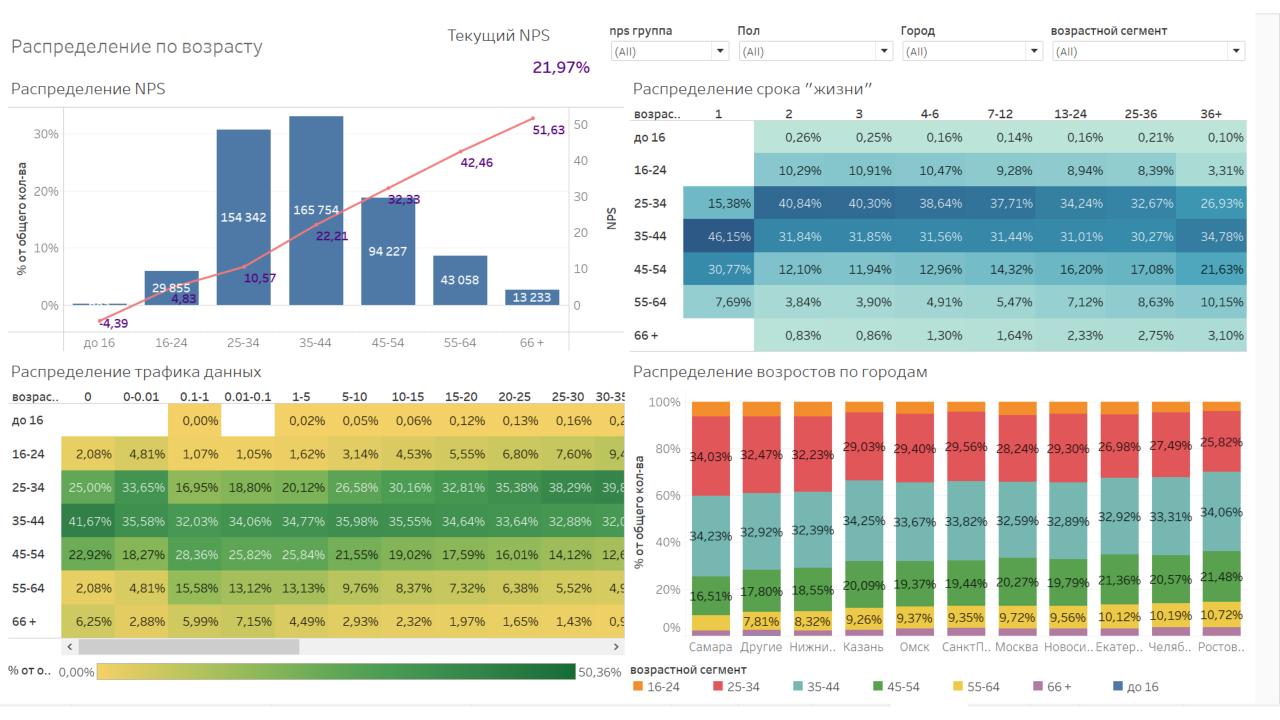
возрастной сегмент Пол Город nps группа (AII) ▼ (AII) ▼ (AII) ▼ (AII) • Общие распределения по кол-ву Распределение по возрастам Распределение по городам Другие Москва 55-64 СанктПетербург Новосибирск 25-34 Екатеринбург 30,80% 16-24 Казань 18,80% 154 342 НижнийНовгород Челябинск Самара 35-44 Омск 33,07% РостовнаДону 165 754 100K 120K 140K 160K 180K 200K 220K 240K 260K Кол-во возрас.. 16-24 501 152 35-44 55-64 66+ ■ до 16 Кол-во.. 25-34 45-54 Распределение старый/новый клиент Распределение по полам Новый 17,03% 85 355 Текущий NPS мужчина 45,64% 21,97% 228 725

Старый 82,97% 415 797

женщина 54,36% 272 427

Текущий NPS Город возрастной сегмент Пол nps группа Основные распределения клиентов (AII) (AII) ▼ (AII) 21,97% Гендерное распределение по возрасту Гендерное распределение по городам 100% 80% 100% общего кол-ва 4,919 48,66% 48,13% 48,529 80% 50,37% 53,19% 54,43% 55,80% 56,71% 58,36% 56,84% 58,70% 59,85% 61,36% 61,559 64,47% кол-ва 14 215 29 631 14 528 7 5 5 4 88 165 12 074 145 097 7 208 9 1 3 0 54 989 15 578 13 909 8 3 6 5 9 666 8 922 60% 60% % от общего 40% 40% 55,099 52,56% 51,34% 49,63% 51,87% 51,48% 46,81% 45,57% 44,20% 43,29% 43,16% 41,64% 41,30% 40,15% 38,64% 38,45% 35,53% 36 341 32,58% 15 318 8 0 1 5 359 15 327 76 603 20% 20% 77 589 10 107 114913 5 502 6 932 39 238 10 961 9 3 2 9 5 2 6 8 6 0 3 9 15 298 4311 0% 0% Москва СанктП.. Самара Казань Другие Ростов.. Нижни.. Новоси.. Екатер.. до 16 16-24 25-34 35-44 45-54 55-64 66+ Распределение NPS Распределение NPS по городам ортего кой-ва 20% 20% 10% 300K 51,88% 38,9 30 51,63 23,34 23,30 22,52 20,48 42,46 22,85 Кол-во 20 22.20 NPS NPS 165 754 17,79 154 342 15,56 13,43 100K 10 94 227 13,16% 5,89% 5,30% 4,64% 4,43% 3,21% 3,13% 3,11% 2,72% 2,54% 43 058 29 855 10,5 13 233 -4,39 Другие Москва Санкт.. Новос.. Екате.. Казань Нижн.. Челяб.. Самара Омск Росто.. 16-24 25-34 до 16 35-44 45-54 55-64 66+ Распределение NPS по полу Распределение возростов по городам 25,55 % от общего кол-ва . 100% 50% 20 29,30% 26,98% 27,49% 25,829 17,71 29,40% 29,56% 28,24% 29,03% 32,23% 32,47% NPS 54,360% 34,06% 45,640% 32,92% 33,31% 32,59% 34,25% 33,67% 33,82% 32,89% 10 32,39% 32,92% 21,489 **™** 01 21,36% 20,57% 19,44% 19,79% 19,379 18,559 20,099 20,279 7,809 0% 0 СанктП.. Москва Новоси.. Екатер.. Челяб.. Ростов. мужчина Самара Другие Нижни.. Казань Омск женщина возрас.. 16-24 ■ до 16 25-34 35-44 45-54 55-64 66+



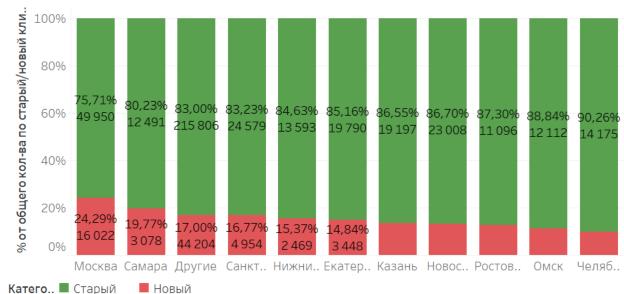




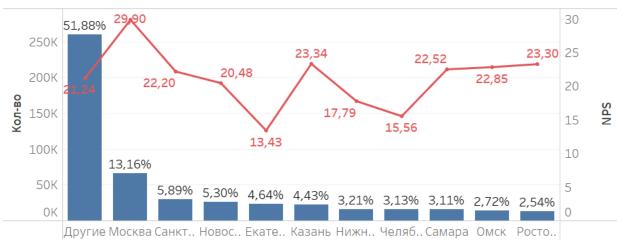
Текущий NPS

21,97%



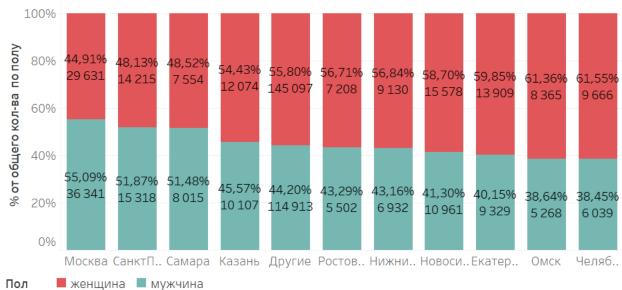


Распределение NPS по городам





Гендерное распределение по городам

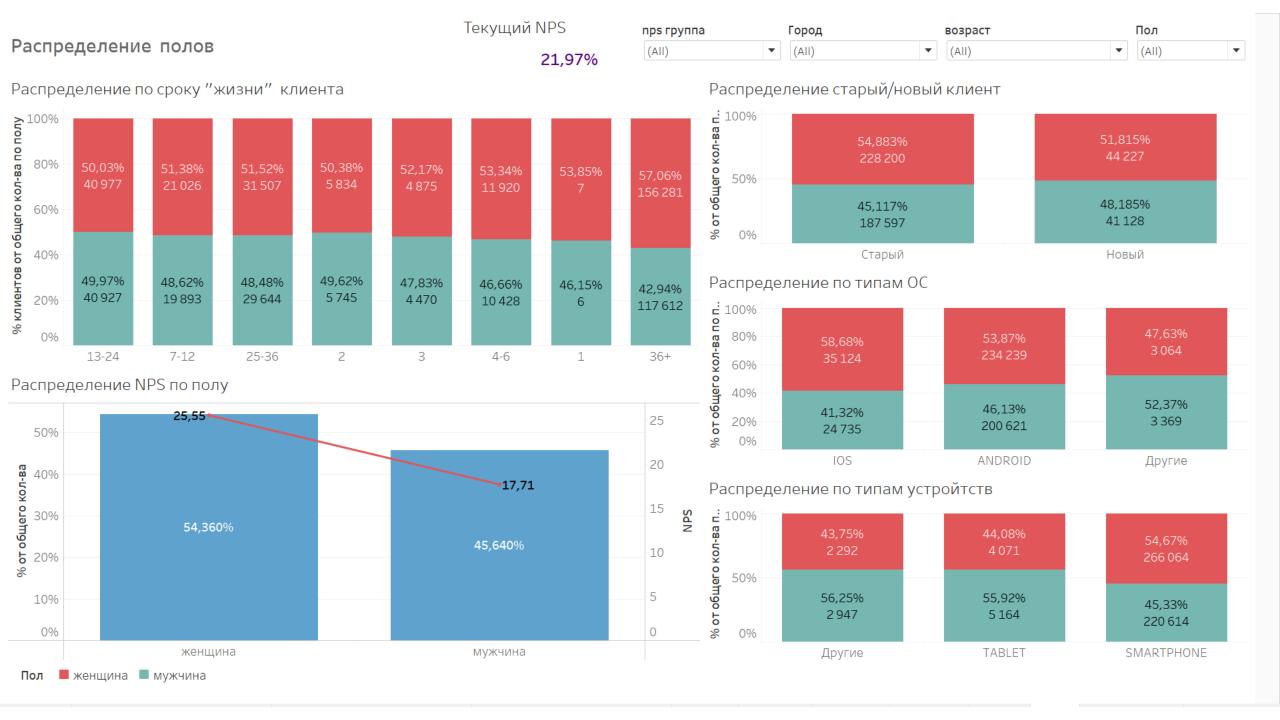


Распределение срока "жизни" клиента

lifetim	Другие	Москва	СанктП	Екатер	Новоси	Самара	Казань	Нижни	Омск	Ростов	Челя
1	30,77%	69,23%									
2	50,19%	16,59%	6,37%	4,85%	4,78%	3,80%	3,56%	3,81%	2,23%	2,16%	1,6
3	50,80%	17,89%	5,53%	4,09%	3,94%	4,64%	4,16%	2,96%	2,02%	2,05%	1,9
4-6	51,49%	19,03%	6,04%	3,71%	4,04%	3,71%	3,51%	2,71%	1,76%	1,97%	2,0
7-12	52,61%	19,43%	5,61%	3,97%	4,04%	3,28%	3,32%	2,72%	1,61%	1,74%	1,6
13-24	51,63%	18,54%	5,37%	4,57%	5,03%	3,28%	3,31%	2,90%	1,83%	1,84%	1,6
25-36	49,96%	22,22%	4,49%	3,66%	3,84%	3,36%	3,39%	2,42%	1,96%	2,52%	2,1
36+	52,42%	7,81%	6,39%	5,06%	6,06%	2,84%	5,27%	3,57%	3,44%	2,94%	4,2
	<										>

% of T.. 1,61%

69,23%



Основные выводы исследования:

- 1. Среди опрошенных большую долю имеют женщины 54.43% против 45.57% у мужчин
- 2. Наиболее активные города среди всех опрошенных:
- Москва
- Санкт-Петербург
- Новосибирск
- Екатеринбург
- Казань
- 3. Среди возрастов наиболее активными оказались:
- 35-44 33.06%
- 25-34 30.84%
- 45-54 18.78%
- 4. Процент "сторонников" среди опрошенных составляет 52.59%, процент "критиков" 30.61%
- 5. Основной процент опрошенных составляют "старые" клиенты 82.87%, "новые" клиенты составляют 17.13%

• Основные выводы исследования:

6. Лояльность

- Более активное участие женщин в опросе влияет на лояльность к сервису предоставляемому компанией -
- так в случае со сторонниками процент женщин 56.76% больше процента мужчин 43.24%, в случае с критиками ситуация аналогичная у женщин 52.07% против 47.93% у мужчин
- Лояльность клиентов растет с возрастом, так наименее лояльны молодые люди и более лояльны люди в возрасте
- С точки зрения географического распределения наиболее лояльны клиенты в Москве, Казань и Ростове и наименее лояльны Нижний Новгород, Челябинск и Екатеринбург- т.е. какой-то четкой географической зависимости нет

7. Текущий NPS

текущий уровень NPS = % сторонники - % критики

NPS = 52.59% - 30.61% = 21.98%

Основные выводы исследования:

7. Портрет "сторонников" компании:

Это женщины, в возрасте от 35 лет и старше, живущие в Москве, СПб, Казань, Самара, Ростов на Дону, использующие смартфон с ОС Андройд, являющиеся "старыми" клиентами