

---

# Исследование уровня потребительской лояльности клиентов телекоммуникационной компании

Брус В. В.  
DA\_plus\_18

Март, 2023



---

# Описание проекта

## Цель:

Определить текущий уровень потребительской лояльности, или NPS (от англ. Net Promoter Score), среди клиентов из России.

## Задачи:

1. Как распределены участники опроса по возрасту, полу и возрасту? Каких пользователей больше: новых или старых? Пользователи из каких городов активнее участвовали в опросе?
2. Какие группы пользователей наиболее лояльны к сервису? Какие менее?
3. Какой общий NPS среди всех опрошенных?
4. Как можно описать клиентов, которые относятся к группе сторонников (англ. *promoters*)?

---

# Описание проекта

## Источник данных:

telecomm\_csi\_tableau.csv

Данные исследования собраны на основе опроса проведенного телекоммуникационной компанией, которая оказывает услуги на территории всего СНГ.

[Ссылка на дашборд](#)

---

# Выводы полученные в ходе исследования

1. Больше всего клиентов находится в 3 (154 800) и 4 (165 933) сегментах. В каждом из этих сегментов примерно одинаковое соотношение женщин и мужчин, но общее число женщин больше – 272 442 чел. (54,22 %). Старых пользователей больше. По результатам опроса в топ-5 городов входят: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и Казань.
2. Самые лояльные клиенты проживают в Иваново, девушки в возрасте от 35 до 44 лет наиболее лояльны, относящиеся к старым клиентам. Менее лояльные клиенты живут в Воронеже, группы – это люди в возрасте от 25 до 34 лет, при этом в Москве и Санкт-Петербурге преобладают мужчины.

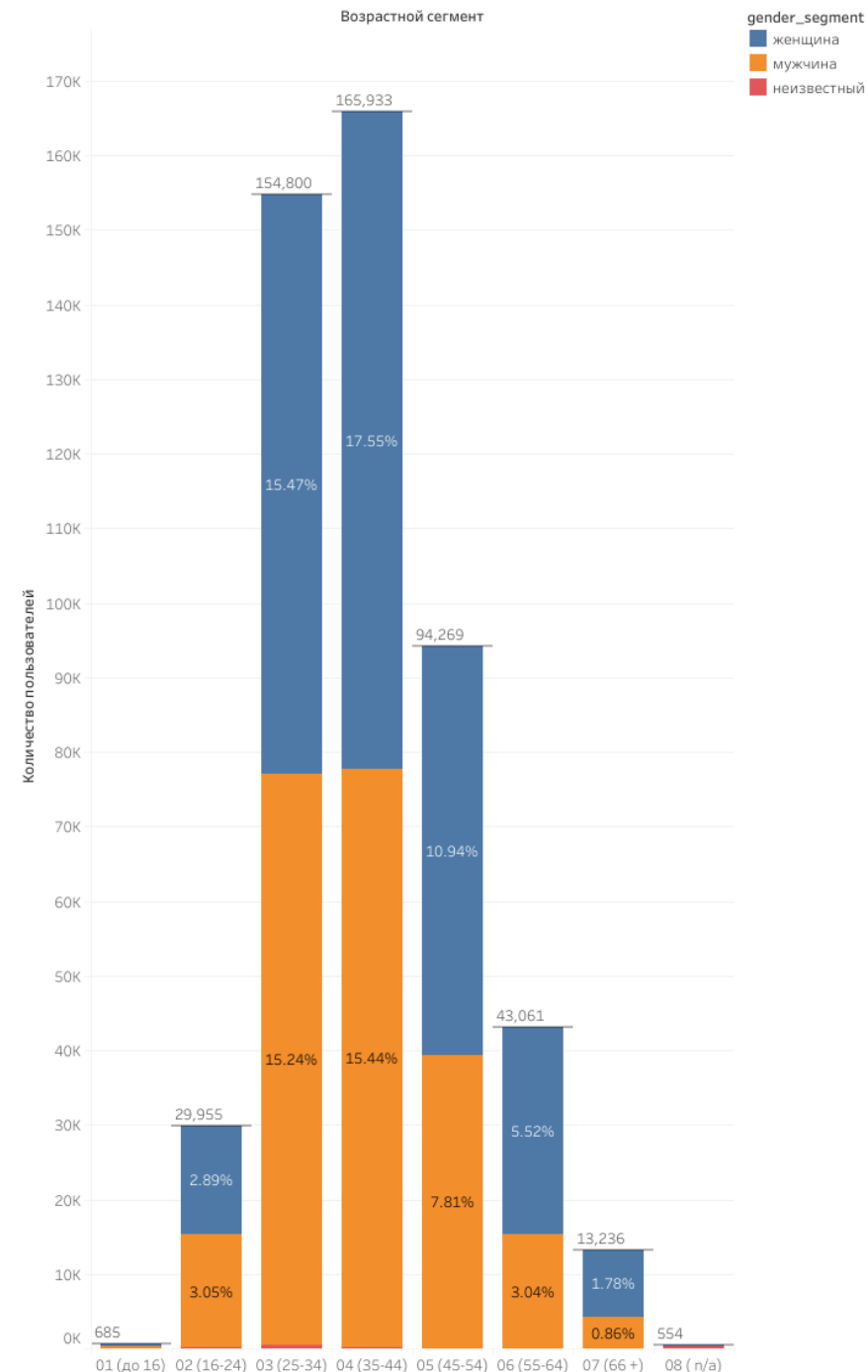
---

# Выводы полученные в ходе исследования

3. Общий NPS среди всех опрошенных составил 21,9 %, среди мужчин – 17,7%, женщин – 25,55%. В возрастном сегменте наибольший % составил 51,6 (клиенты старше 66), а наименьший приходится на «до 16» – 4,8%. Новые пользователи имеют наибольший показательно – 35,62% против 19,06%. Если говорить о динамике «жизни» клиентов, то в первые годы уровень лояльности имеет в основном положительные значения, однако, примерно после 15 лет количество довольных и недовольных клиентов начинает выравниваться.
4. К сторонникам относятся люди в возрасте от 35 до 44 лет, проживающие в Москве, чаще всего это мужчины.

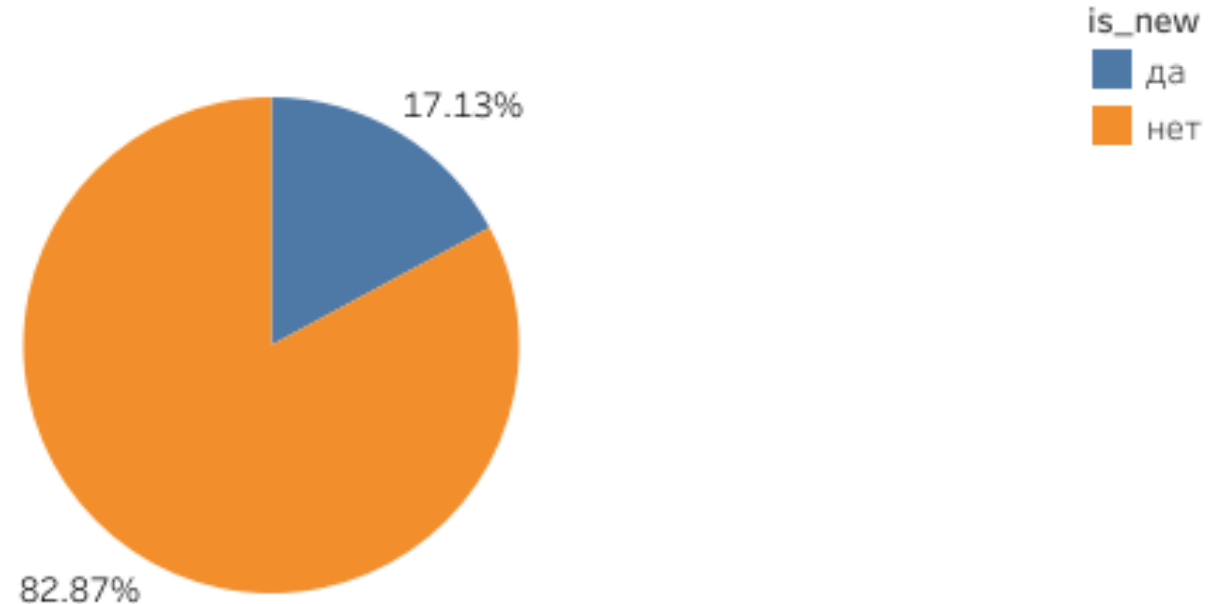
# Сегментация по возрасту и полу

- Больше всего клиентов находится в 3 сегменте (от 25 до 34) – 154 800 чел. и 4 (от 35 до 44) – 165 933 чел. Наименьше всего клиентов в 1 сегменте – 685 чел.
- В каждом из этих сегментов примерно одинаковое соотношение женщин и мужчин, но если брать общее число, то женщин больше – 272 442 чел. (54,22 %).

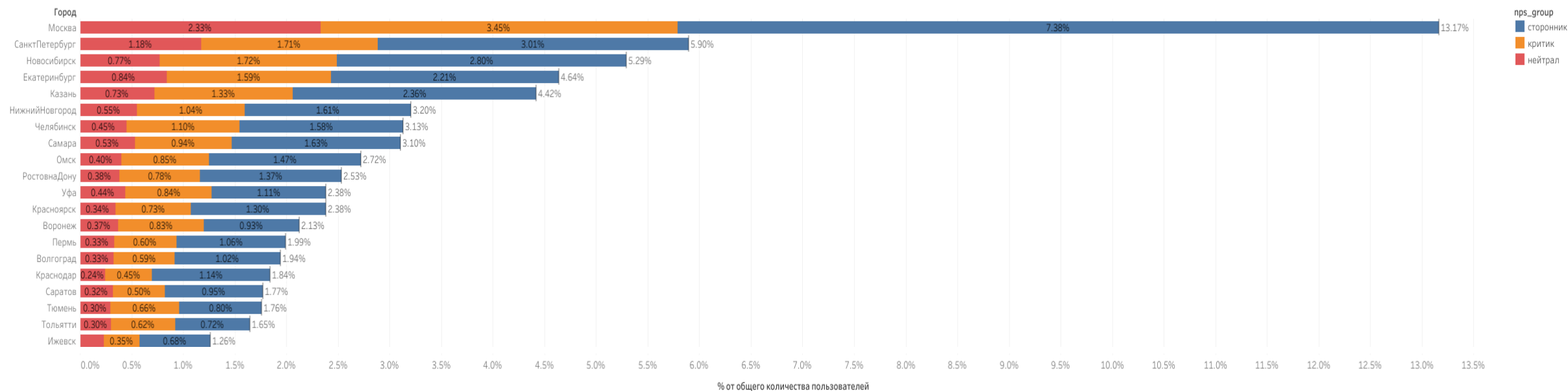


# Соотношение новых пользователей

- В основном клиентами компании являются старые пользователи.
- Новые пользователи составляют лишь 17,13% (86 100 чел.).



# Сегментация по городам и группам пользователей







# NPS по городам

