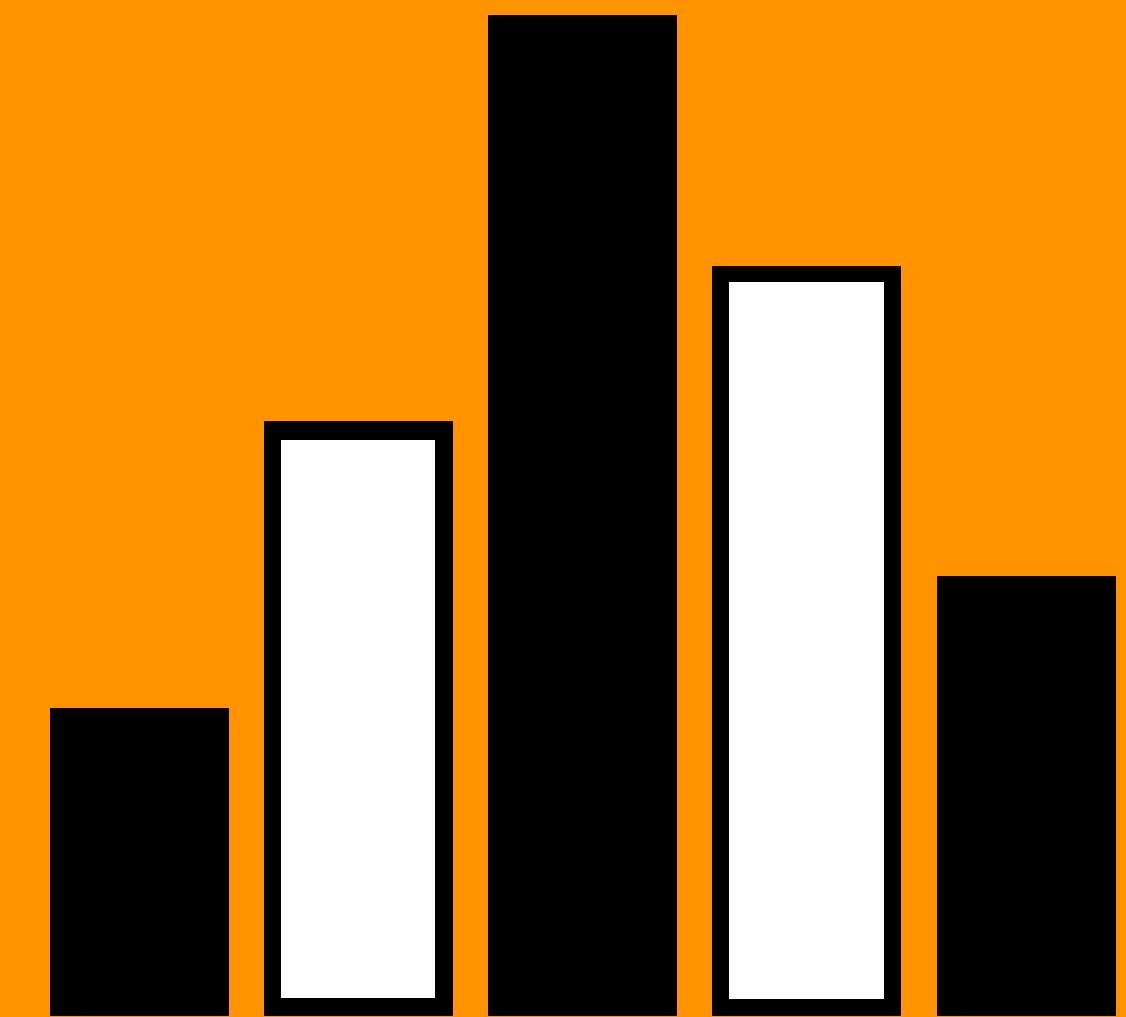


NET PROMOTER SCORE

**ТЕКУЩИЙ УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК**



ЯНА КОМАРНИЦКАЯ

YANA.KOMARNITSKAYA@GMAIL.COM

9.12.2021

ЦЕЛЬ

- Определение текущего уровня потребительской лояльности на российском рынке.

СРЕДСТВА

- Проведение опроса: оценить желание рекомендовать компанию друзьям и знакомым по шкале от 1 до 10. Определение соотношения “сторонники-нейтралы-критики”.
- Подготовка дашборда с результатами опроса.

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

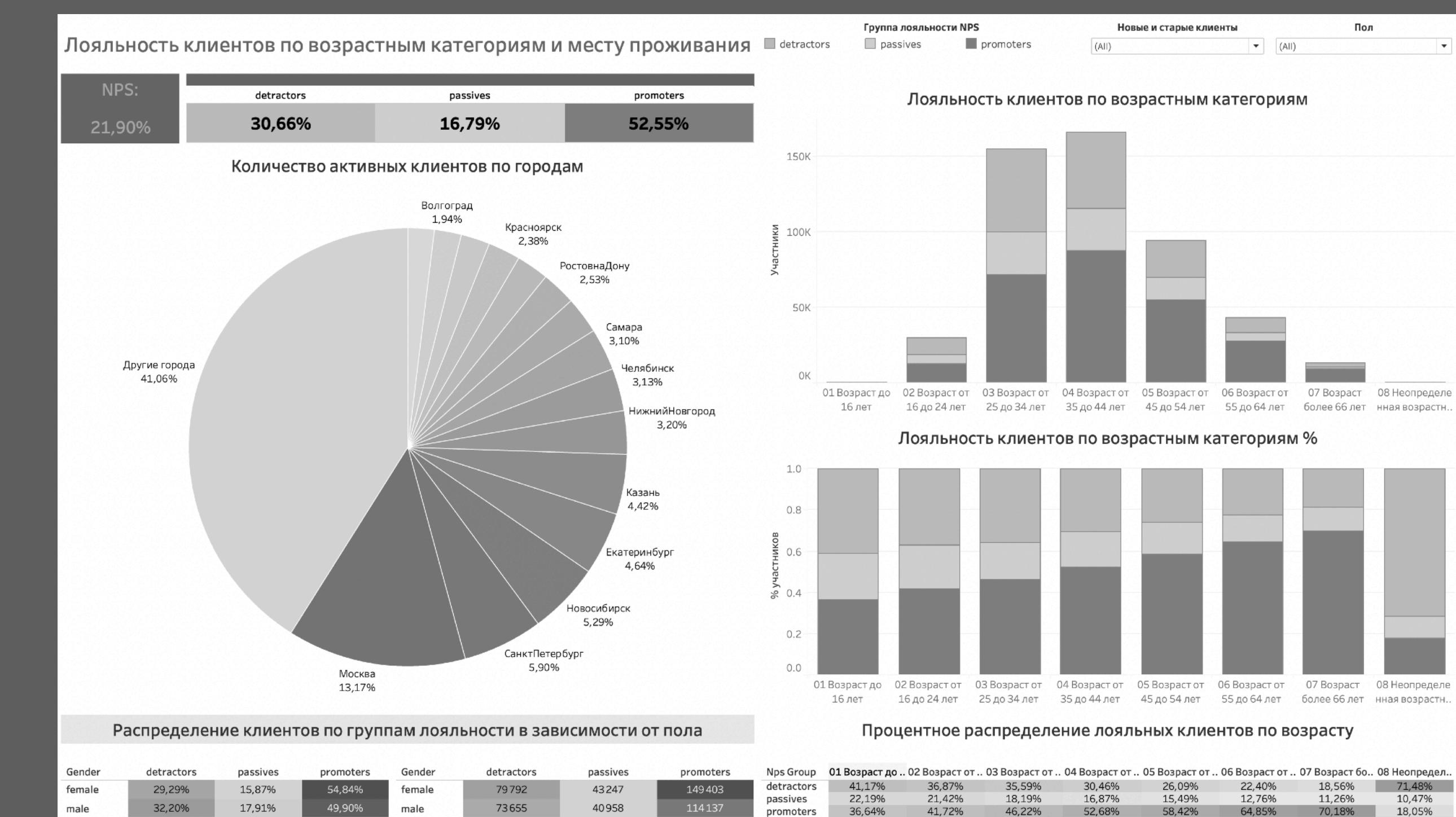
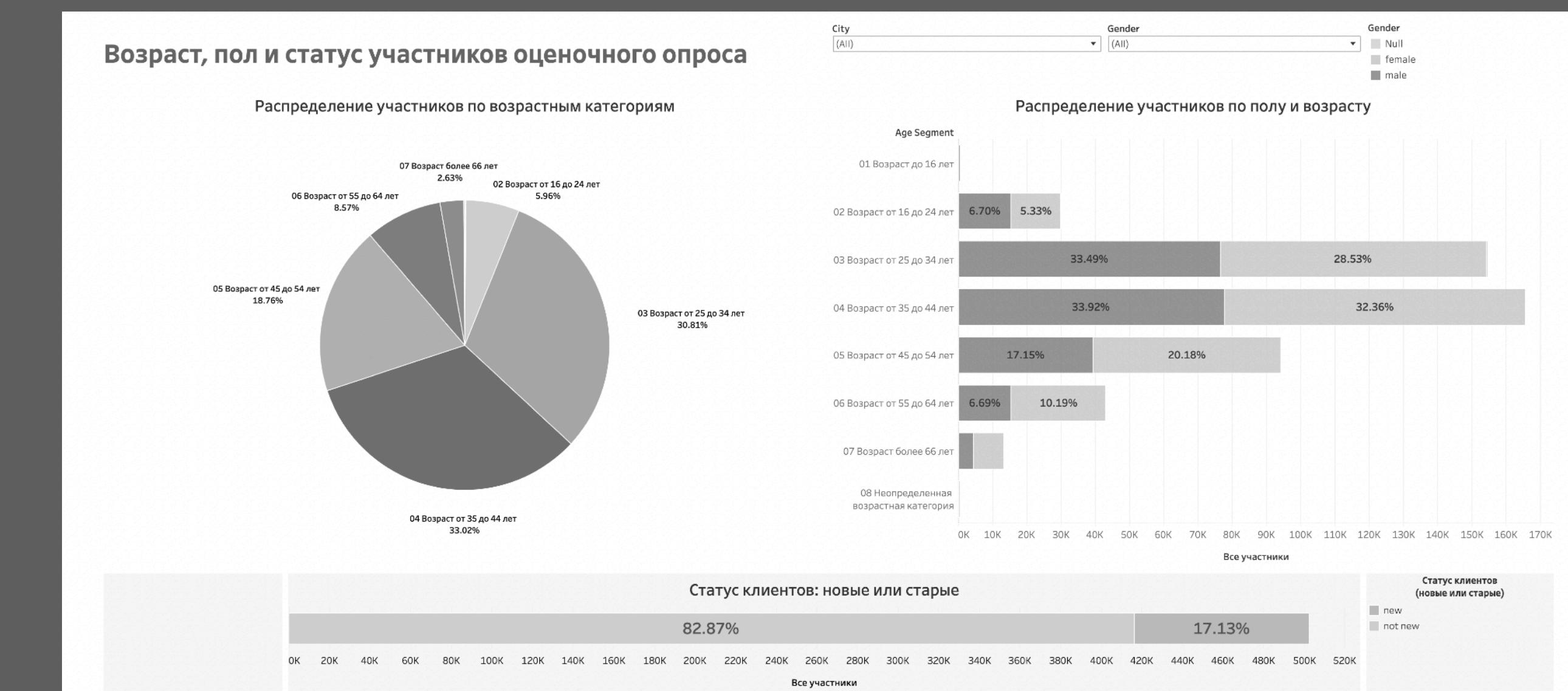
- База данных, предоставленная заказчиком.

ВОПРОСЫ

- Распределение участников опроса по возрасту, полу и возрасту.
- Соотношение новых и старых клиентов.
- Выявление наиболее активных городов.
- Наиболее и наименее лояльные к сервису группы населения.
- Общий NPS (Net Promoter Score).
- Описание клиентов из группы сторонников сервиса.

СХЕМА РЕШЕНИЯ

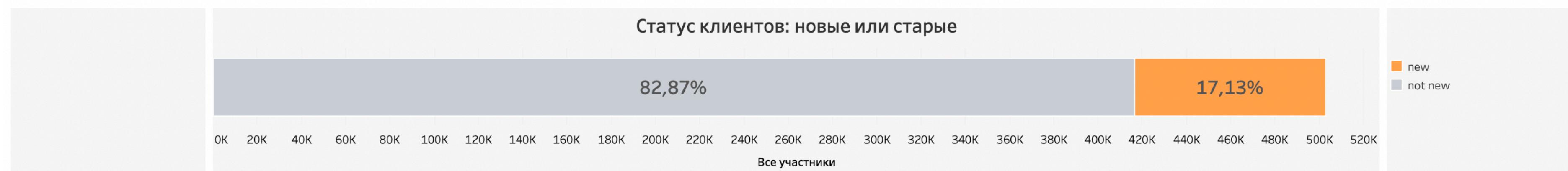
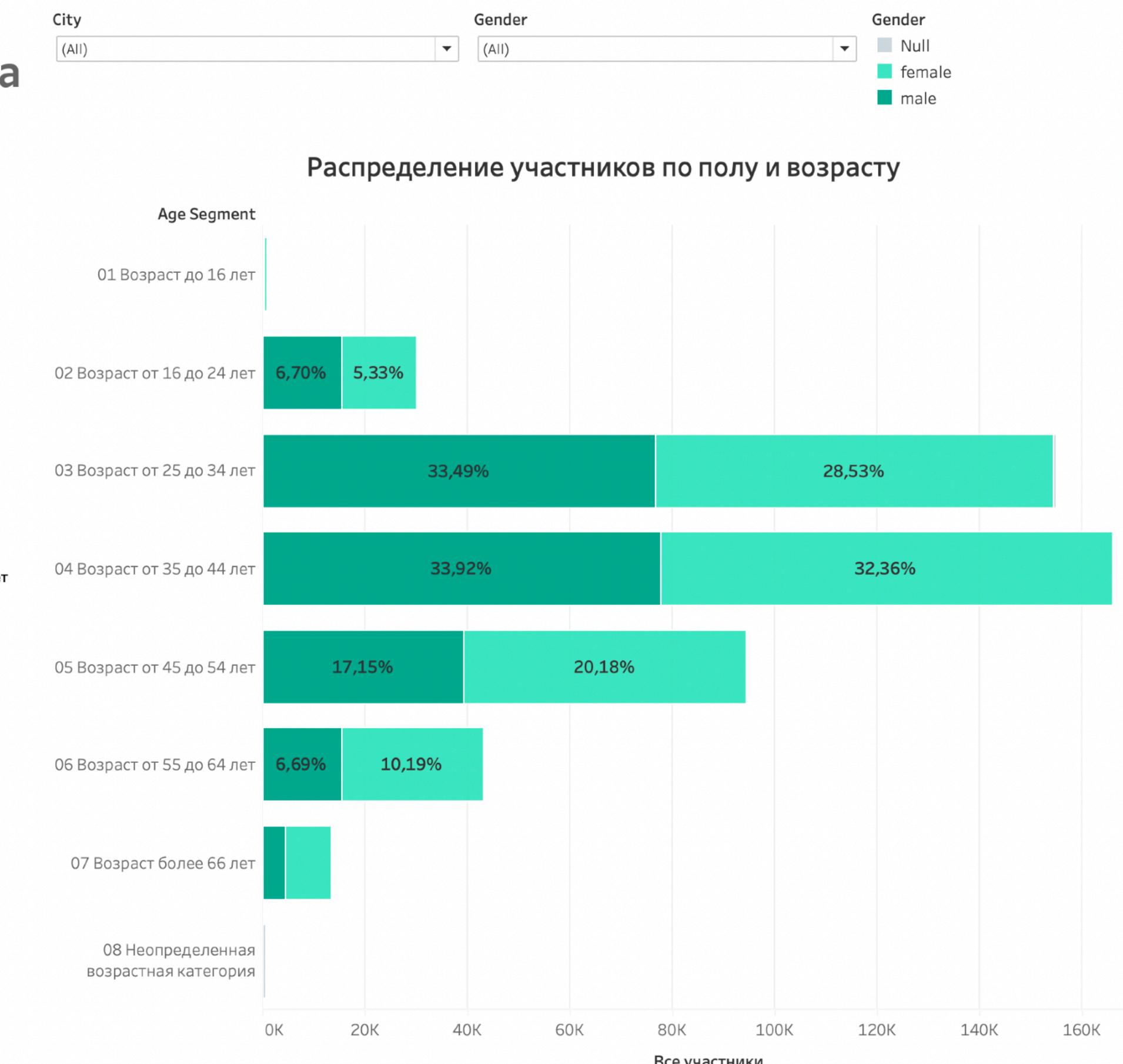
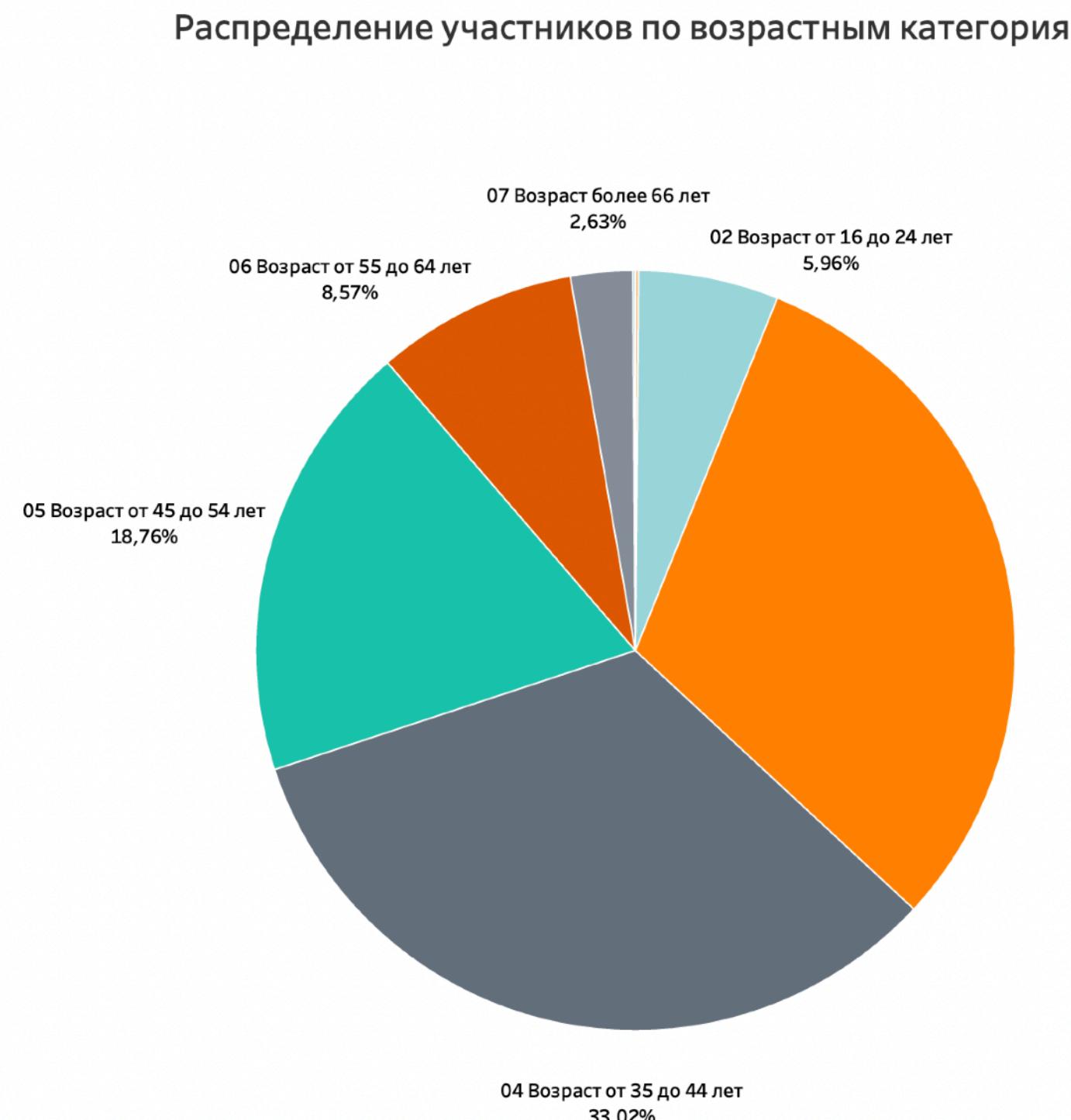
1



24

I. АНАЛИЗ ГРУПП УЧАСТНИКОВ

Возраст, пол и статус участников оценочного опроса

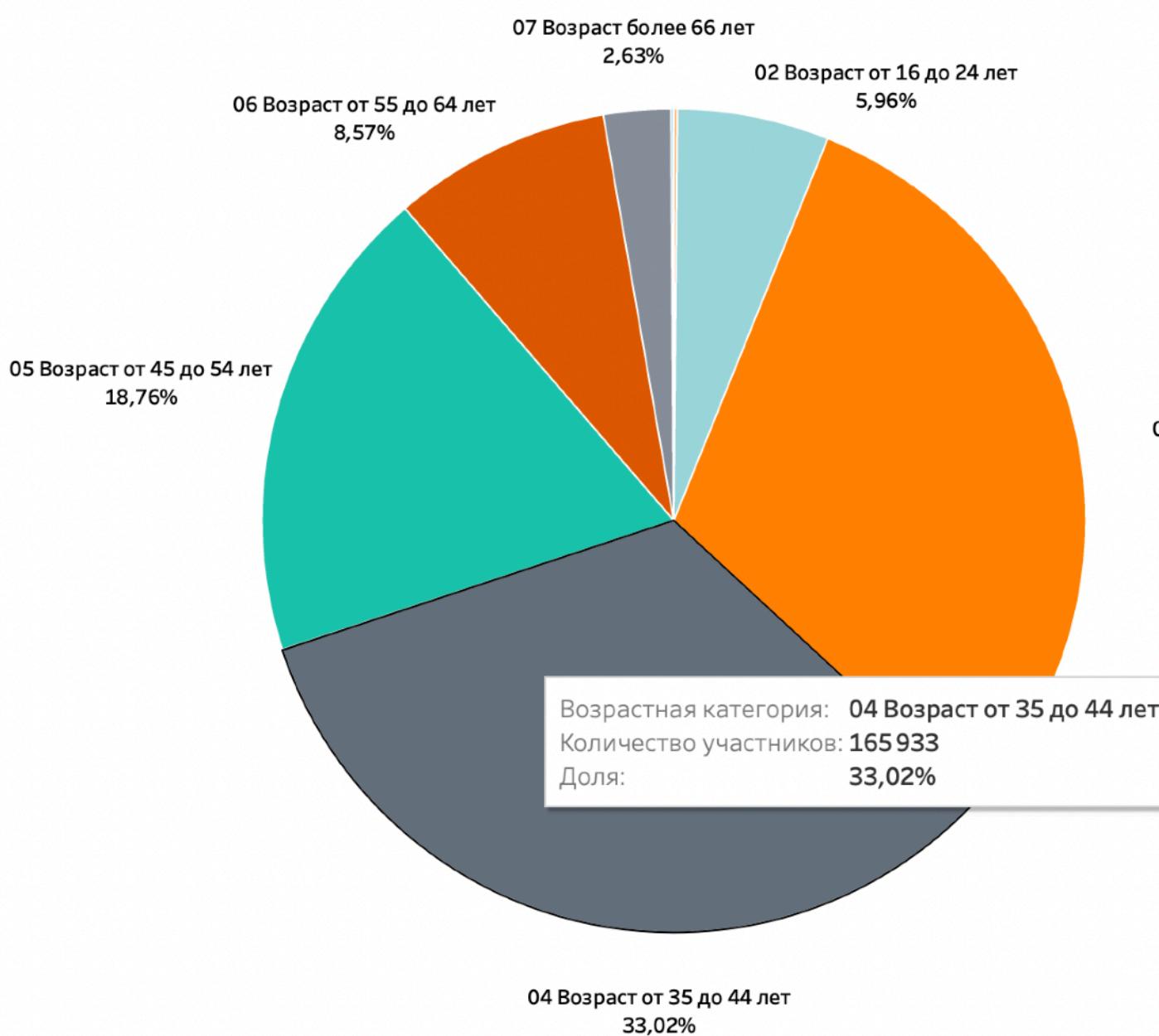


- Дашборд состоит из трех графиков.
- Предусмотрена фильтрация по городу проживания, полу и статусу клиента (новый/старый).
- Круговая диаграмма является фильтром для шкалы новых клиентов.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧАСТНИКОВ ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ

1.

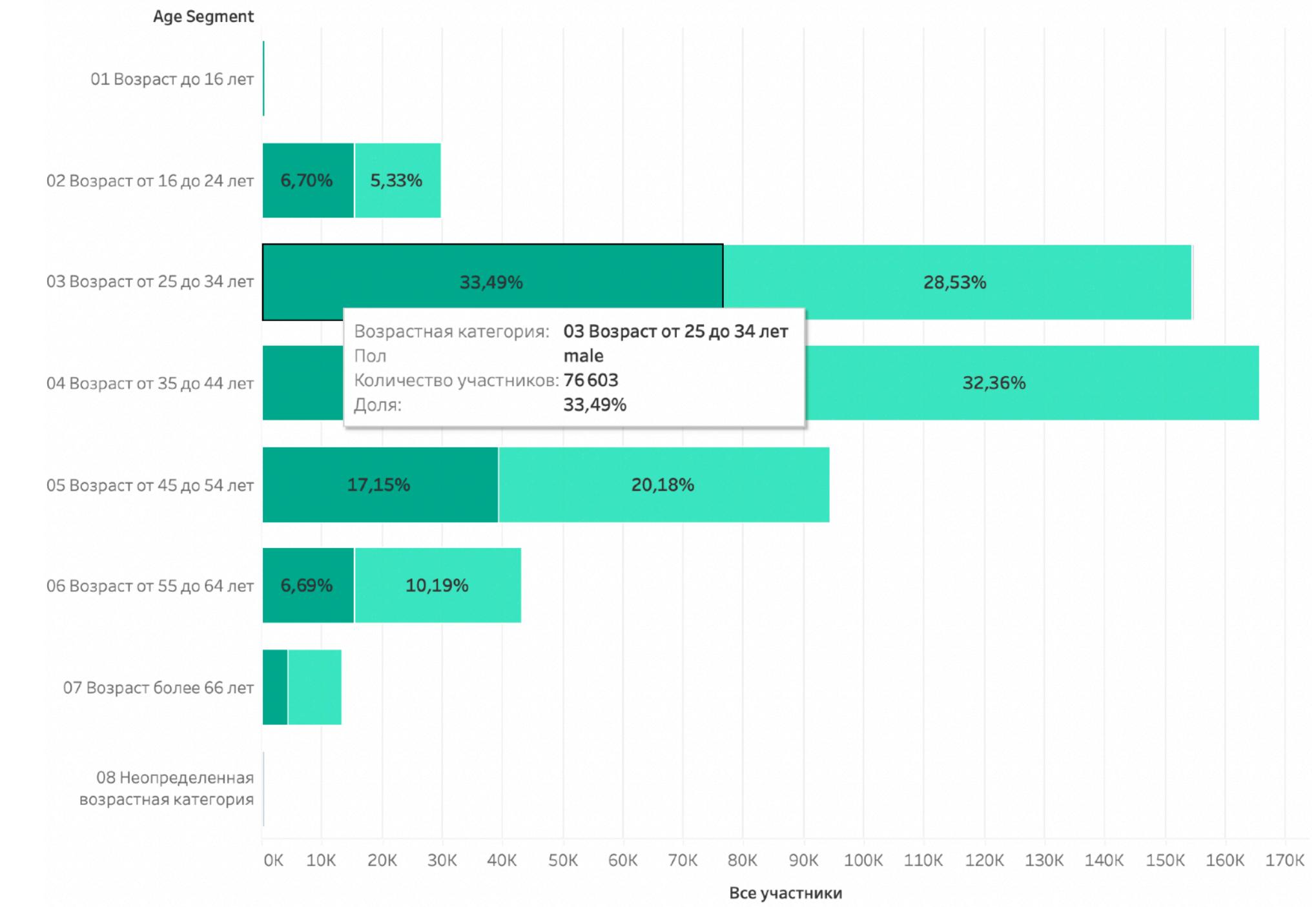
Распределение участников по возрастным категориям



1.

2.

Распределение участников по полу и возрасту



Круговая диаграмма показывает распределение участников по возрастным группам. Количество человек в группе и процентное соотношение.

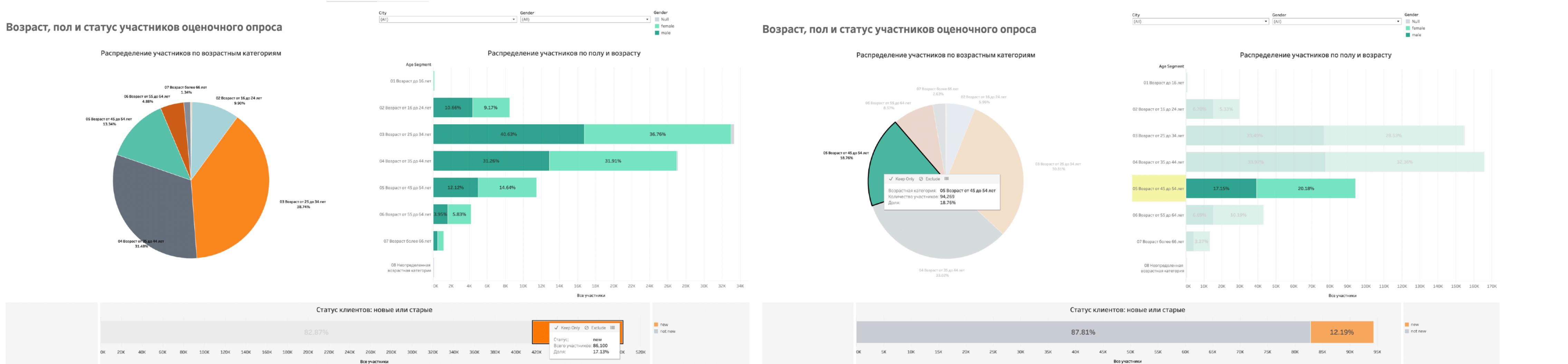
Столбчатая диаграмма показывает общее количество участников из каждой возрастной группы, а также процентное распределение групп по полу.

ДОЛЯ НОВЫХ КЛИЕНТОВ

3.



Шкала показывает общее количество участников опроса, а также процентное соотношение между новыми и старыми клиентами.

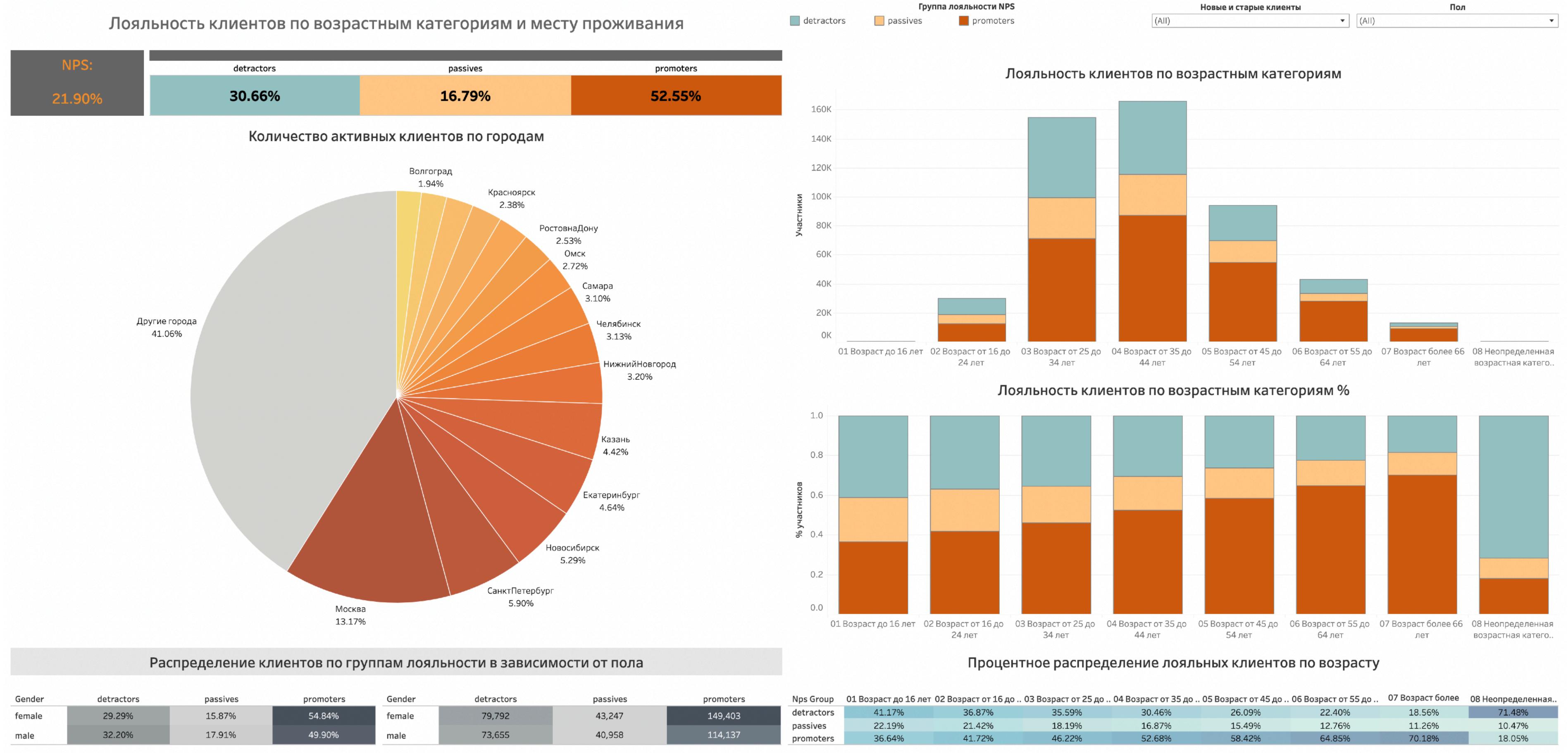


По данному графику можно выполнять фильтрацию путем выделения одного из двух полей (старые или новые клиенты). Данные на двух других графиках будут отражаться соответственно.

Также, можно узнать соотношение новых и старых клиентов для каждой возрастной категории путем выделения области на круговой диаграмме. С помощью фильтров можно узнать показатели для определенного города.

II. ЛОЯЛЬНОСТЬ ГРУПП

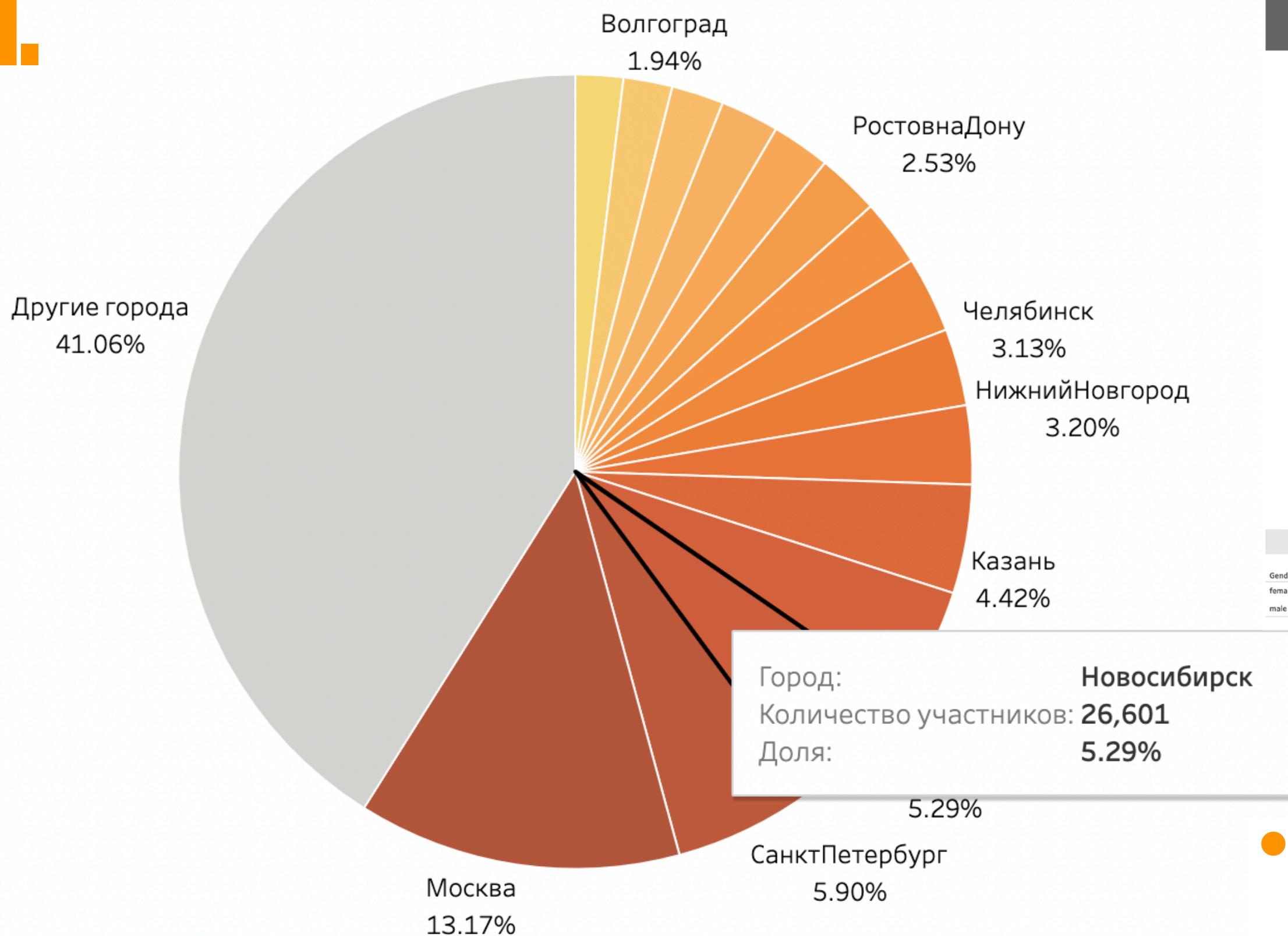
- Дашборд состоит из трех графиков и четырех таблиц.
- Круговая диаграмма активных городов является фильтром для других графиков дашборда.
- Предусмотрена фильтрация по полу, которая не распространяется на серые таблицы в нижнем левом углу, так как они уже содержат информацию по полу.



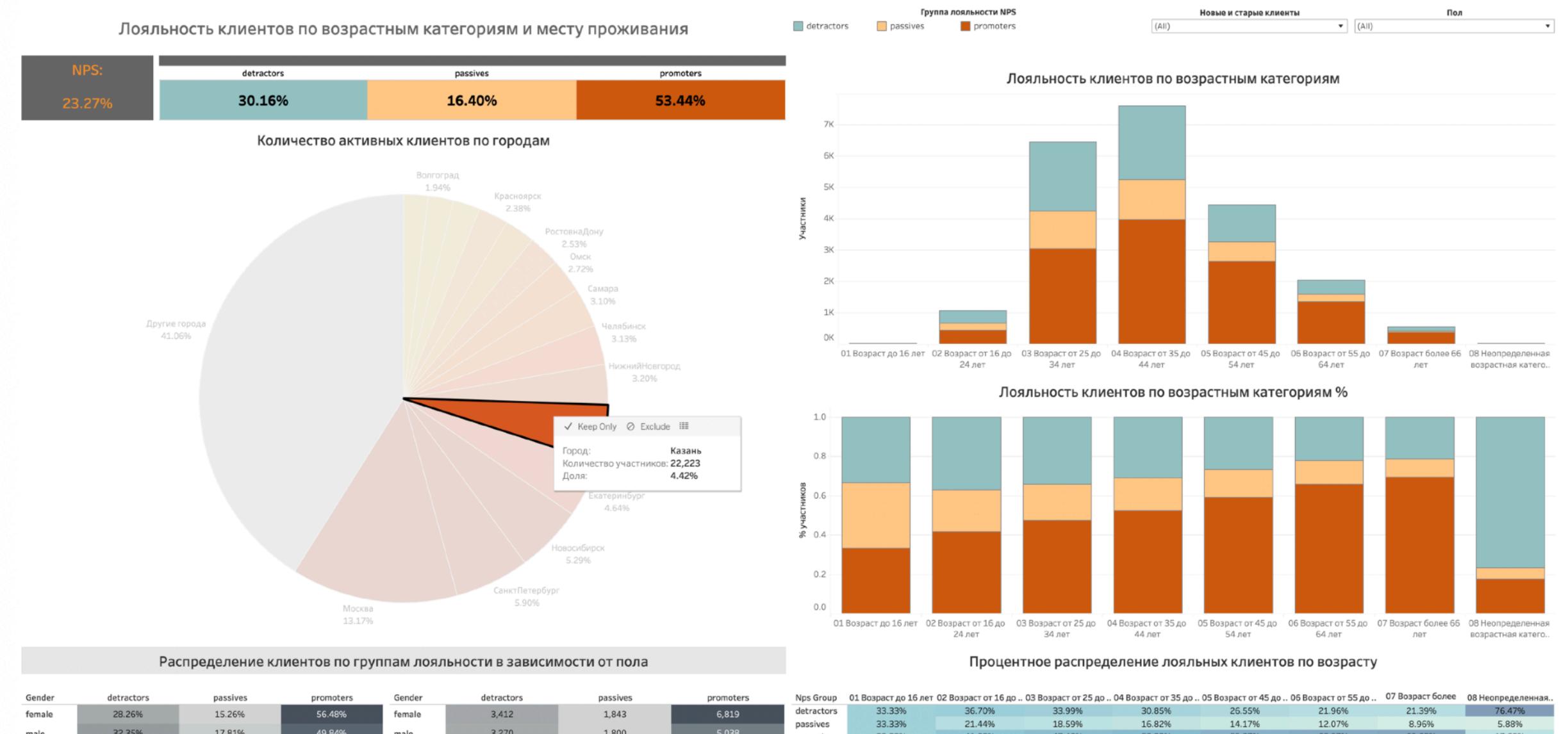
НАИБОЛЕЕ АКТИВНЫЕ ГОРОДА

1

Количество активных клиентов по городам



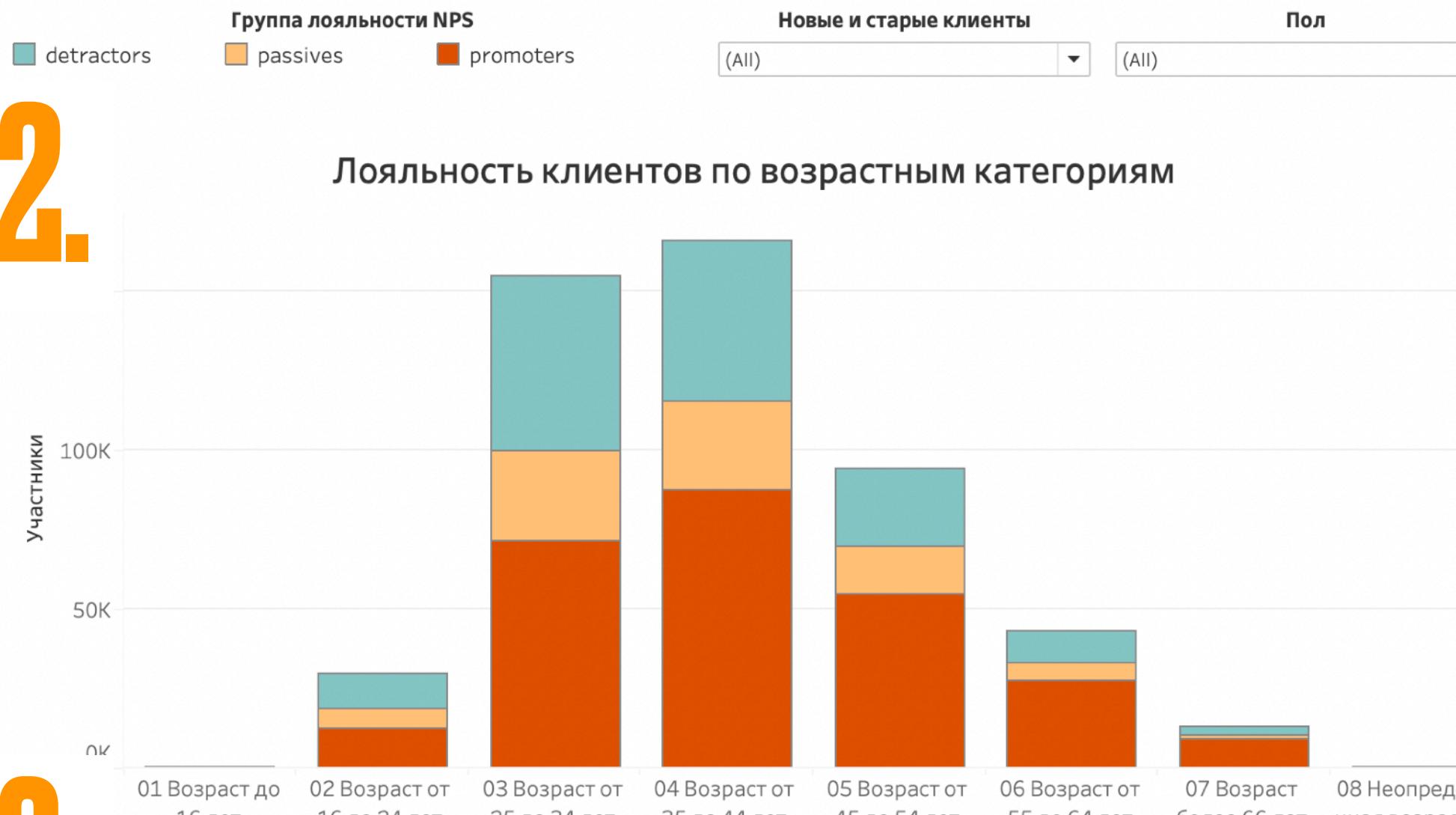
- На диаграмме выделены 15 самых активных городов, остальные объединены в категорию ‘Другие города’.



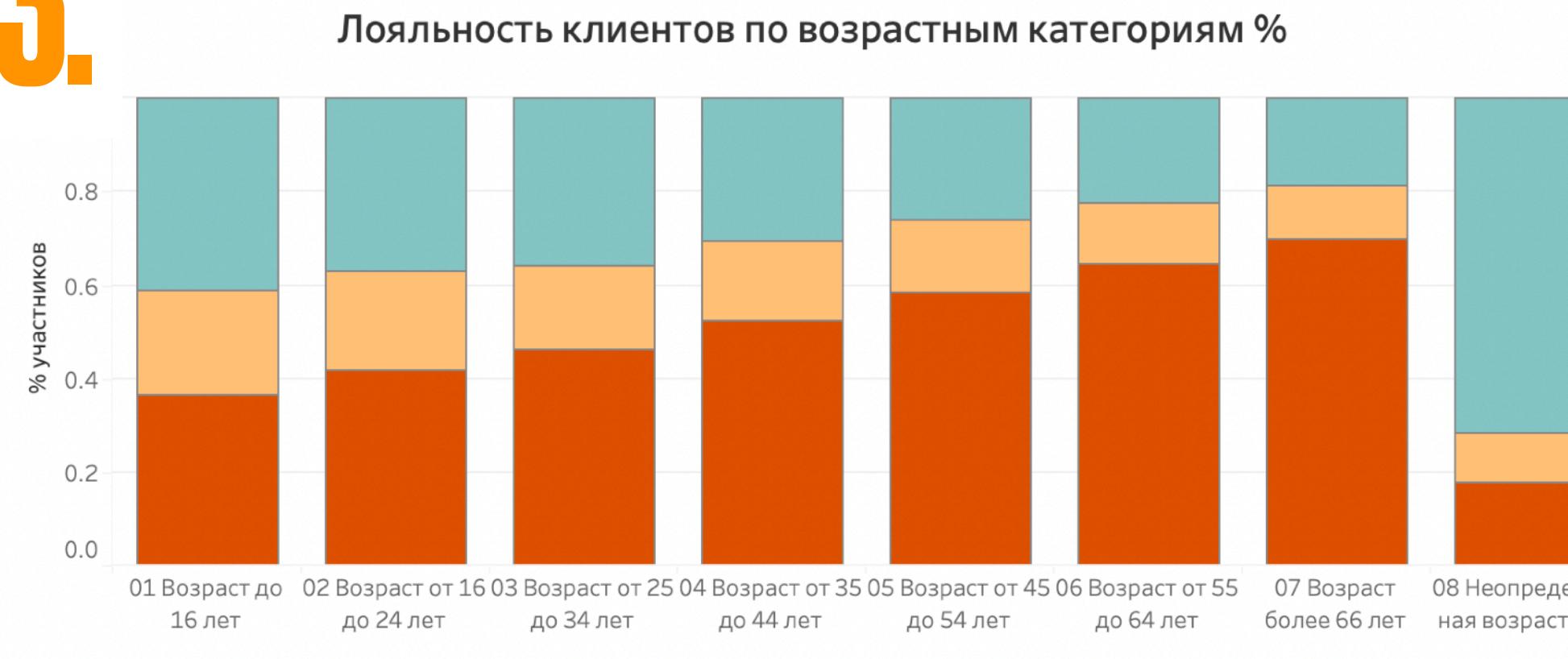
- Круговая диаграмма активных городов является фильтром для других графиков дашборда - так можно посмотреть количество и процент сторонников или критиков для каждого города.

Лояльность клиентов по возрастным группам

2.

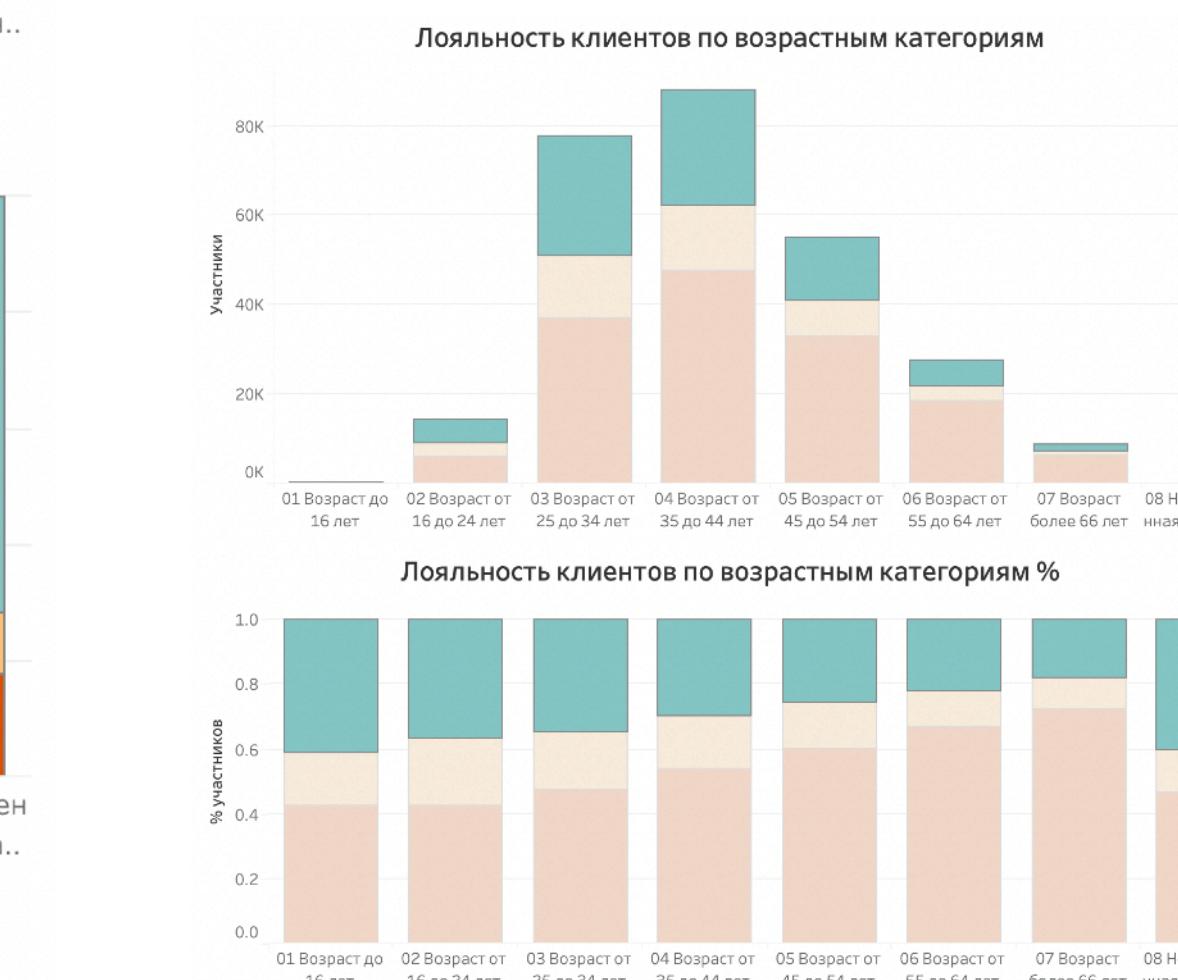


3.



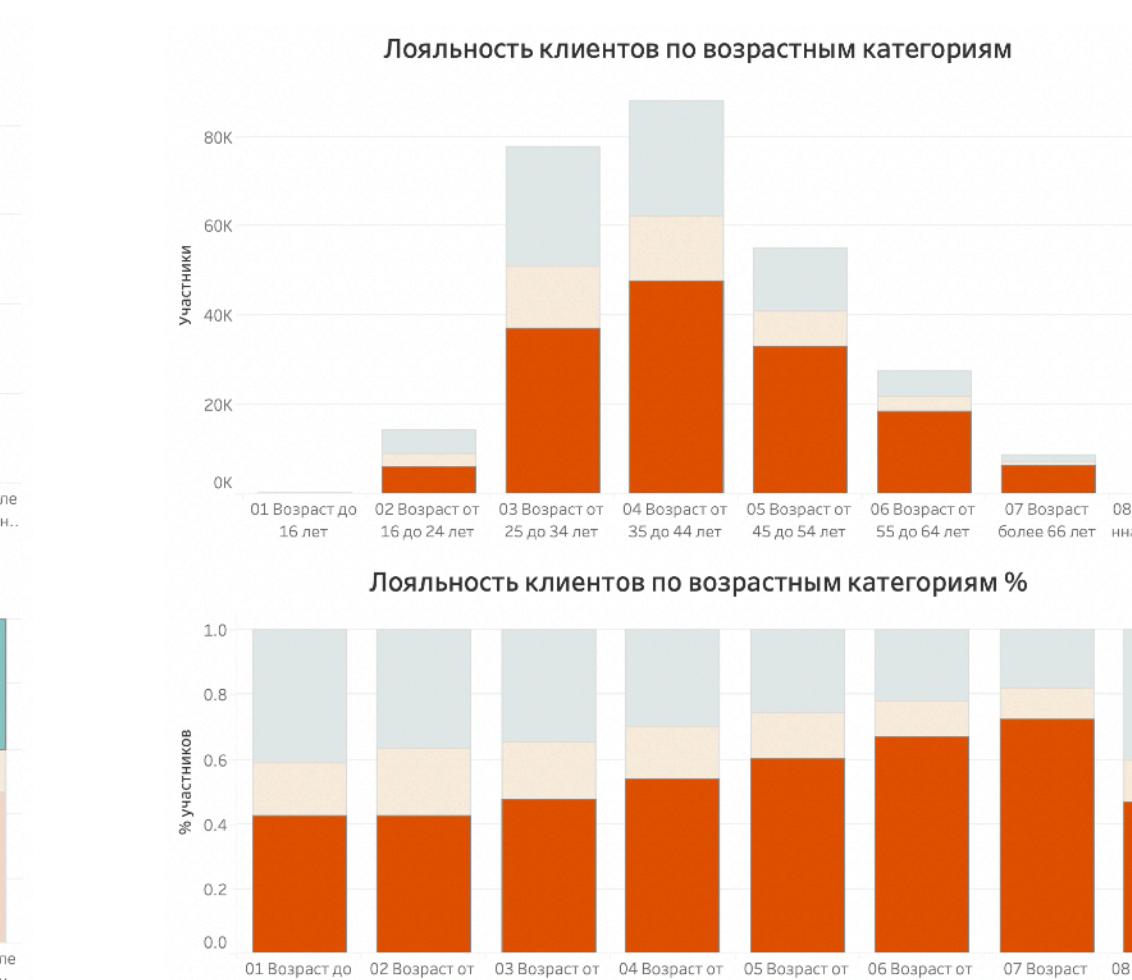
Nps Group	01 Возраст до ..	02 Возраст от ..	03 Возраст от ..	04 Возраст от ..	05 Возраст от ..	06 Возраст от ..	07 Возраст бо..	08 Неопредел..
detractors	41,17%	36,87%	35,59%	30,46%	26,09%	22,40%	18,56%	71,48%
passives	22,19%	21,42%	18,19%	16,87%	15,49%	12,76%	11,26%	10,47%
promoters	36,64%	41,72%	46,22%	52,68%	58,42%	64,85%	70,18%	18,05%

- На графиках показано абсолютное и относительное соотношение групп лояльности: сторонники (promoters), нейтралы (passives), критики (detractors).
- Фильтрация по полу участников и городу проживания (круговая диаграмма активных городов).



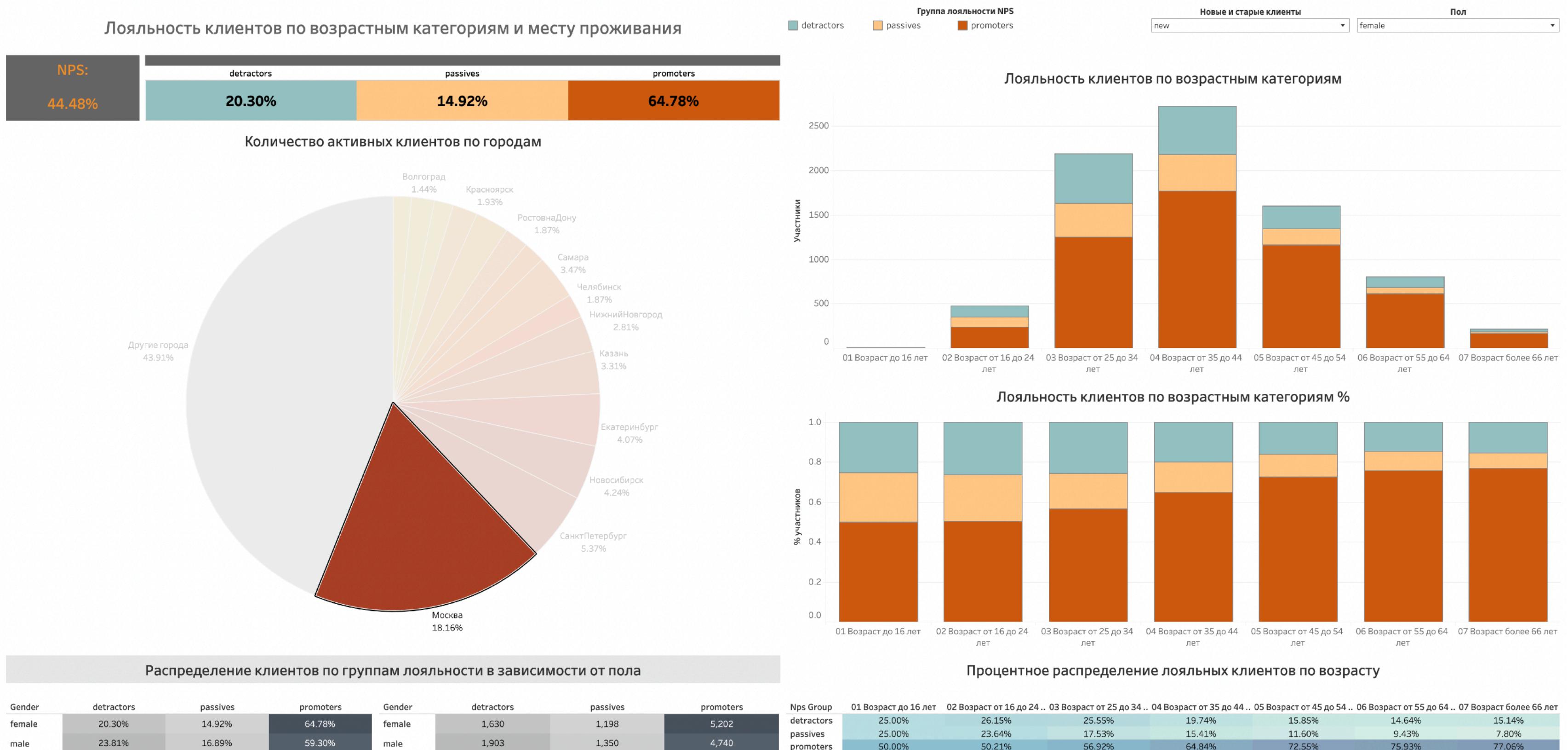
Nps Group	01 Возраст до ..	02 Возраст от ..	03 Возраст от ..	04 Возраст от ..	05 Возраст от ..	06 Возраст от ..	07 Возраст бо..	08 Неопредел..
detractors	41,05%	36,47%	34,45%	29,54%	25,33%	21,66%	17,79%	40,00%
passives	16,05%	16,00%	17,50%	20,22%	24,30%	22,57%	20,04%	15,33%
promoters	42,90%	42,63%	47,66%	54,23%	60,27%	66,97%	72,57%	46,67%

- Фильтр принадлежности к новым клиентам.
- Возможность подсветки интересующей группы.
- Таблица, отражающая процентные показатели по возрастным группам.



Nps Group	01 Возраст до ..	02 Возраст от ..	03 Возраст от ..	04 Возраст от ..	05 Возраст от ..	06 Возраст от ..	07 Возраст бо..	08 Неопредел..
detractors	41,05%	36,47%	34,45%	29,54%	25,33%	21,66%	17,79%	40,00%
passives	16,05%	16,00%	17,50%	20,22%	24,30%	22,57%	20,04%	15,33%
promoters	42,90%	42,63%	47,66%	54,23%	60,27%	66,97%	72,57%	46,67%

ОПИСАНИЕ ЛОЯЛЬНЫХ К СЕРВИСУ ГРУПП



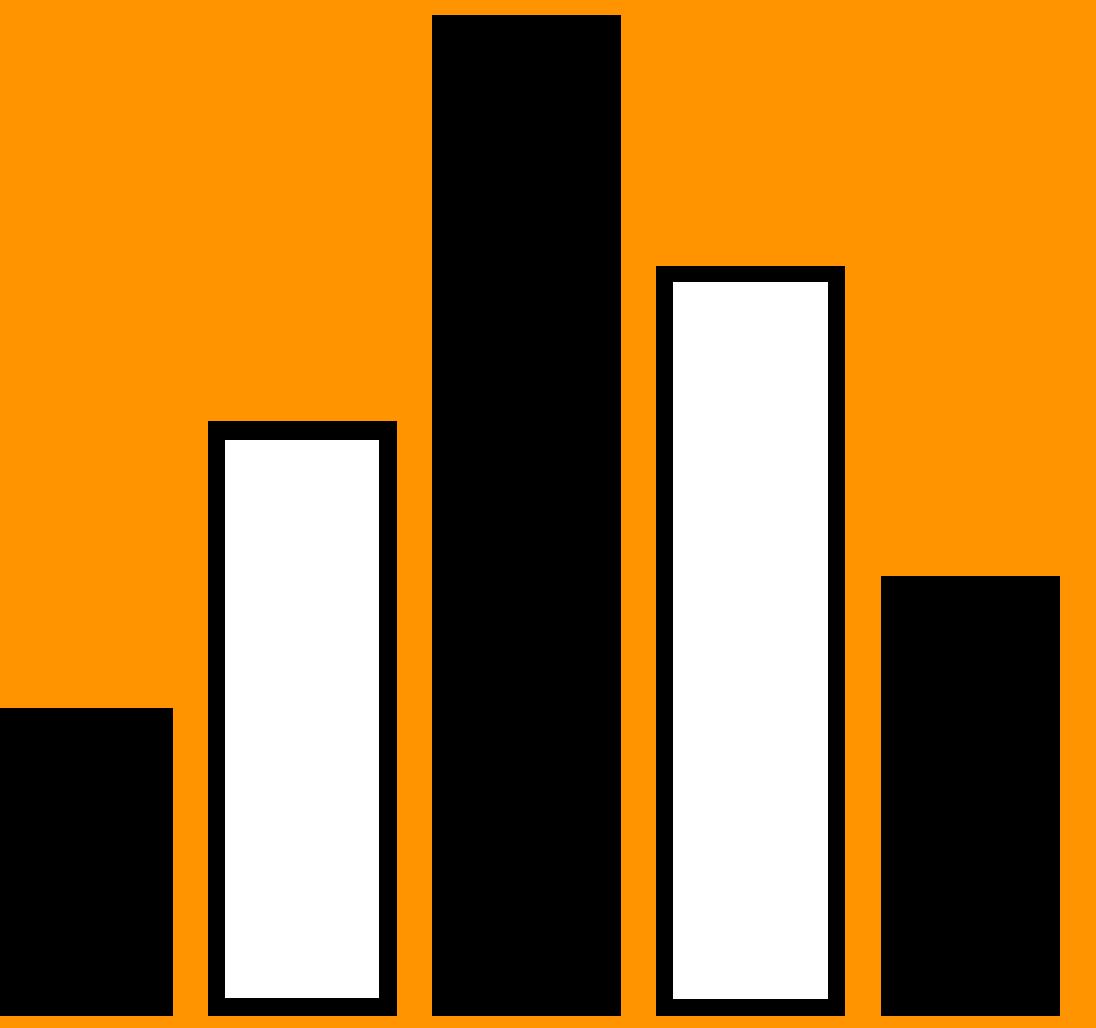
Наиболее лояльны к сервису следующие группы опрошенных:

- Женщины
- Новые клиенты
- Клиенты старшего возраста
- Жители Москвы

ВЫВОДЫ

- Возраст основной массы (64%) опрошенных находится в диапазоне от 25 до 44 лет. Количество участников в возрасте от 16 до 24 и старше 55 лет значительно меньше (суммарно около 18%). Данные по другим возрастным категориям (0-16 и неопределенная категория) можно не принимать во внимание из-за их малочисленности.
- Новые клиенты составляют менее 1/5 от всех опрошенных (17%). В старших возрастных группах доля новых клиентов значительно ниже (9%). Процент новых клиентов выше среди мужчин (+~2%) относительно женщин.
- 15 городов, наиболее активно участвовавших в опросе, ожидаemo являются российскими лидерами по населению. В них проживают около 60% всех опрошенных. Пять наиболее активных городов составляют 34% данных (Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Казань).
- На графиках мы наблюдаем, что в целом лояльность растет с возрастом. Также, женщины чуть более лояльны, чем мужчины. Новые клиенты чаще являются сторонниками, чем старые. Жители Москвы чуть более лояльны, чем жители большинства других городов.
- Таким образом, сторонниками чаще всего являются женщины от 35 лет (далее лояльность растет с возрастом), недавно подключившиеся к сервису. Типичным критиком можно назвать клиента со стажем (более одного года) - мужчину до 34 лет.
- Общий NPS (Net Promoter Score) по всем опрошенным составляет 21,89%.

ПОСМОТРЕТЬ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!