

# 客户流失情况&原因分析

---

Project on Tableau Public: [here](#)

- 上月客户总共7043人，流失客户总共1869人，流失率为26.54%。
- 在个体性分类维度上，依据统计得出：
  - 客户流失与性别相关性不强，男性和女性各约占流失客户与留存客户的50%；
  - 客户流失与伴侣，经济依赖存在联系；
    - 在统计样本中，没有伴侣且没有经济依赖的年轻人最多；有经济依赖且没有伴侣的年长者最少，且是样本中唯一数量不足以支撑统计规律的样本。
    - 在年长者中，没有伴侣且没有经济依赖性的年长者续约率最低，有伴侣且有经济依赖性的年长者续约率最高。
    - 在年轻人中，没有伴侣且没有经济依赖的年轻人续约率约为60%，为年轻人样本中最低，其他有伴侣或者有经济依赖的年轻人续约率均不低于75%。
- 在服务使用情况维度上：
  - 使用光纤网络服务的客户相对较多，但是相较于数字信号客户有更低的续约率。
  - 使用光纤网络服务的客户订阅流媒体的占比更多，但是订阅技术支持类服务的占比更低；数字信号客户与之相反。
  - 数字信号客户在订阅附加服务后的流失率均低于10%，未订阅附加服务者的流失率低于15%。
  - 针对附加服务业务，订阅者的续约率均高于未订阅者的续约率。对于设备保护，线上备份服务的订阅者而言，续约率超过了75%；而对于订阅线上安全和技术支持的用户，续约率在80%以上。
- 在签约情况维度上：
  - 从订阅时长上可以分析得出，对于习惯我司服务方式的老用户，我司留存率处于正常范围。但是新用户订阅数量始终处于下降趋势。
  - 签约类型中，月度续约者的流失数量最多，约一半的月度会员选择了不续约，客户留存率不足。与先前的新用户订阅数量减少结论一致。
- 支付方式统计所得数据基本符合各属性用户的用户画像。

## 决策建议：

- 针对网络服务的新用户提供更多优惠，增强在存量市场中的竞争力。
- 光纤用户仍为我司用户的主要用户。应当从光纤质量，配套硬件措施等方面综合提高光纤网络服务质量。
- 将附加服务作为我司的另一获客手段，适当降低新用户和老用户的使用成本，吸引更多基础服务用户。