

Исследование уровня лояльности пользователей для телекоммуникационной компании с расчетным показателем NPS

Автор: Марина Кулепина

Источник данных: БД компании

Цель исследования и выводы:

- ▶ Цель: определить текущий уровень лояльности клиентов из России по уровню NPS
- ▶ Выводы:
 - ▶ Большая часть опрошенных - «старые» клиенты в возрасте от 25 до 54 лет, проживающие в Москве.
 - ▶ Общий NPS составил 21,97%, что ниже стандартного порога в 30%.
 - ▶ Женщины более лояльны к услугам компании. Чем выше возраст, тем выше лояльность.
 - ▶ Лояльность среди молодежи очень низкая.
 - ▶ Новые клиенты более лояльны к компании, чем старые. Чем выше «срок жизни» клиента, тем ниже лояльность.
 - ▶ Пользователи IOS очень недовольны услугами компании.
 - ▶ Чем выше потребляемый трафик, тем меньше лояльность пользователя.
 - ▶ Из ТОП-10 городов с наибольшим количеством пользователей, только в Москве показатель NPS приближается к 30%, в остальных 15-23%.

Рекомендации

- ▶ Пересмотреть политику взаимодействия со старыми клиентами. Провести дополнительное исследование для выяснения причин падения лояльности.
- ▶ Проанализировать работу услуг компании на платформе IOS на всех возможных устройствах, чтобы понять причину низкой лояльности пользователей на этой ОС. Также провести аналитику услуг на ANDROID на SMARTPHONE для выявления слабых сторон.
- ▶ Проанализировать трафик клиентов и их условия в компании. Выяснить причину падения лояльности при увеличении потребления.
- ▶ Обратить внимание на города, в которых лояльность меньше 15%. Провести дополнительный анализ.
- ▶ Через 90 дней провести повторный расширенный. Предложить клиентам рассказать почему они ставят определенную оценку, для выявления слабых сторон обслуживания.

Ссылка на дашборд:

Лист 1.

https://public.tableau.com/app/profile/marina.kulepina/viz/telecomm1_16735106702810/Dashboard1

Лист 2.

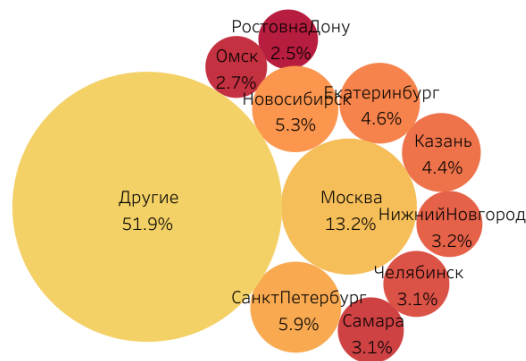
<https://public.tableau.com/app/profile/marina.kulepina/viz/telecomm2/Dashboard2?publish=yes>

Дашборд. Лист 1

Дашборд лояльности клиентов телекоммуникационной компании по уровню NPS. Лист 1

Дашборд создан для анализа лояльности групп пользователей телекоммуникационной компании по уровню NPS. Для анализа был проведен опрос среди пользователей с вопросом «Оцените по шкале от 1 до 10 вероятность того, что вы порекомендуете компанию друзьям и знакомым». На листе 1 представлено распределение участников опроса по городам, возрасту, полу и статусу пользователя. Новым считается клиент, пользующийся услугами не менее 365 дней.

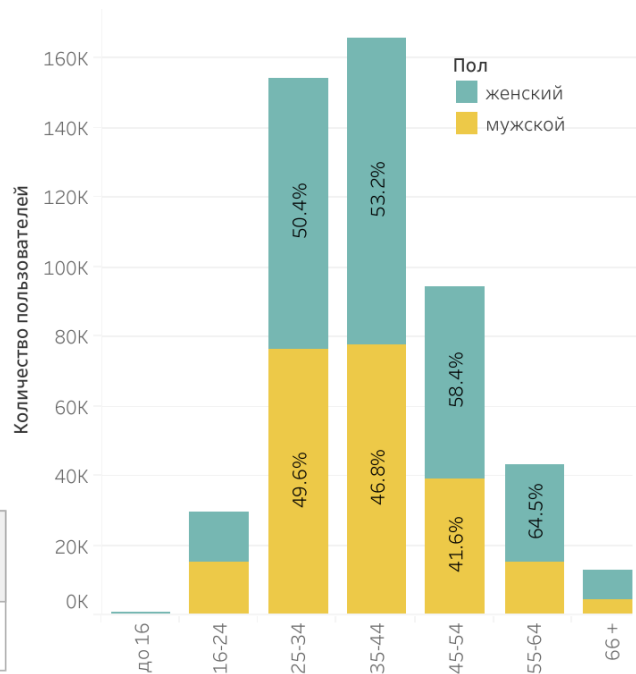
Топ 10 городов по количеству пользователей



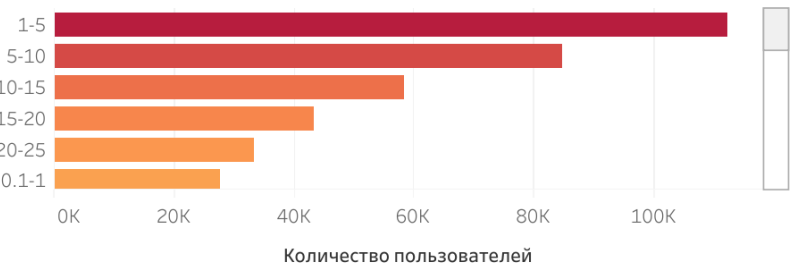
Испрльзуемые устройства и ОС

	SMARTP..	MOBILE ..	Other	PHONE	TABLET
ANDROID	424,271	1,401	2	2	9,184
IOS	59,831				28
PROPRIETA..	67	77	23	2,307	4
OTHER	1,272	891	23	195	2
WINDOWS ..	1,086		191		17

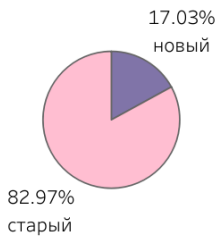
Пол и возраст



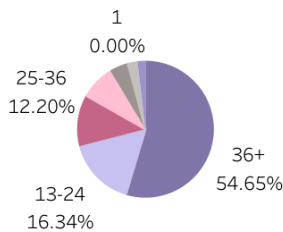
Используемый трафик



Статус пользователя



Жизненный цикл (мес)

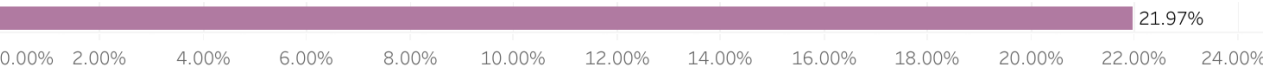


Дашборд. Лист 2

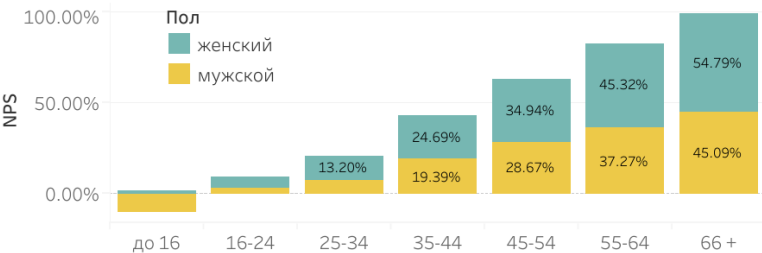
Дашборд лояльности клиентов телекоммуникационной компании по уровню NPS. Лист 2

Дашборд создан для анализа лояльности групп пользователей телекоммуникационной компании по уровню NPS. Для анализа был проведен опрос среди пользователей с вопросом «Оцените по шкале от 1 до 10 вероятность того, что вы порекомендуете компанию друзьям и знакомым». На листе 2 представлен уровень NPS среди групп опрошенных. NPS рассчитан по формуле: % 'сторонников' - % 'критиков'.

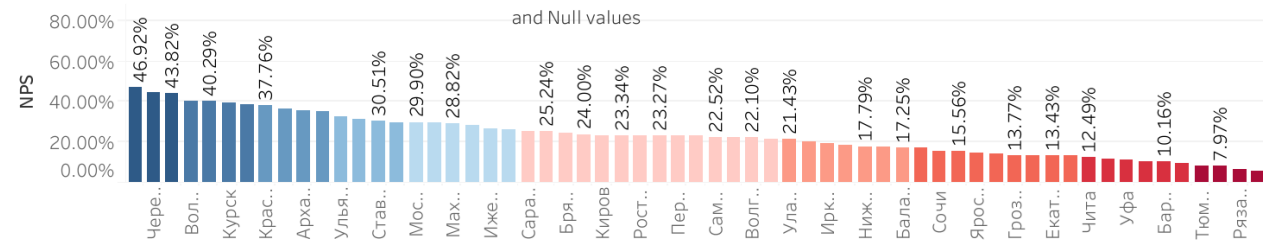
NPS общий



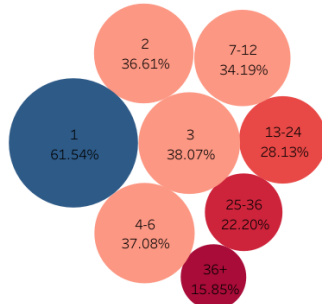
NPS по полу и возрасту



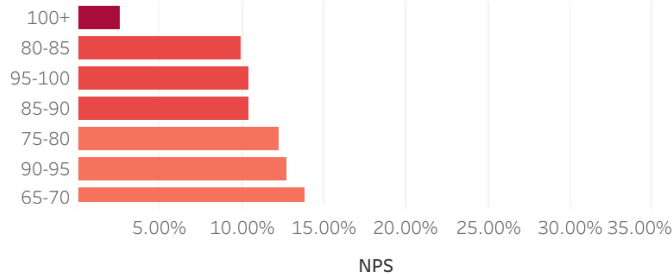
NPS по городам



NPS жизненный цикл клиента (месяцы)



NPS по потребляемому трафику



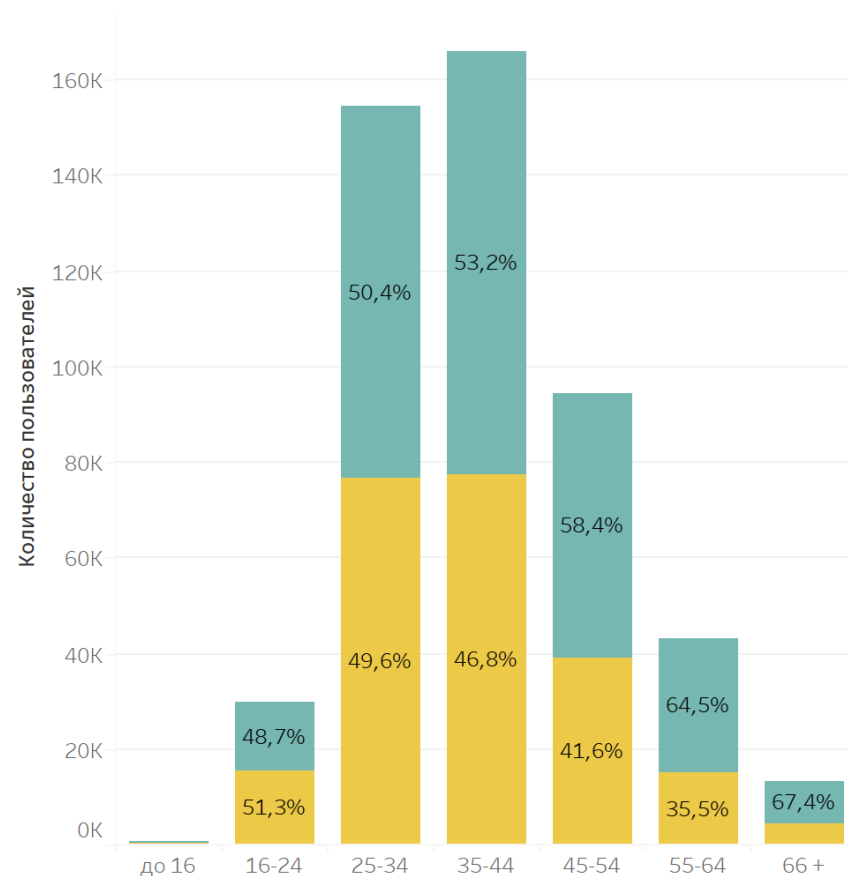
NPS по типу устройства и ОС

	SMARTPHO..	MOBILE PHO..	PHONE	TABLET	Other
IOS	4.20%			7.14%	
OTHER	20.91%	40.07%	47.69%	50.00%	8.70%
ANDROID	24.05%	21.84%	-100.00%	34.03%	-50.00%
WINDOWS PH..	29.47%			-11.76%	35.60%
WINDOWS MO..	33.33%				
BADA OS	35.00%				
PROPRIETARY	41.79%	29.87%	36.93%	25.00%	56.52%
SYMBIAN OS	44.44%		0.00%		

Распределение участников опроса.

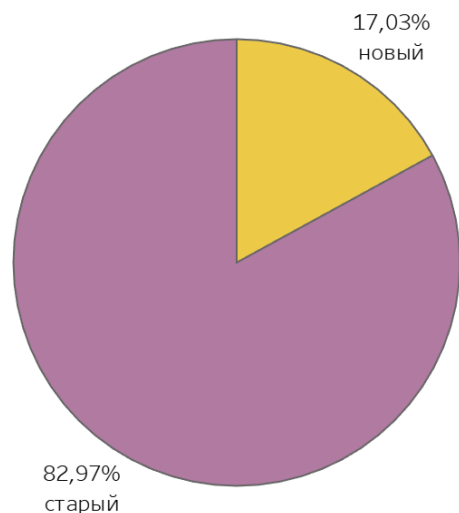
Возраст и пол

Пол и возраст



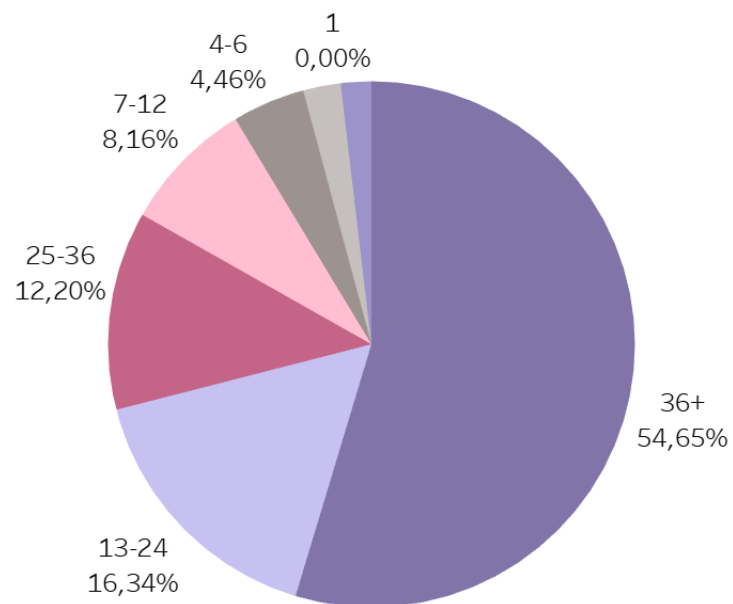
- ▶ Наиболее многочисленные группы пользователей - сегменты 25-34 и 35-44 лет.
- ▶ Меньше всего участников до 16 лет.
- ▶ В возрасте 25-34 соотношение мужчин и женщин практически 50/50
- ▶ Чем старше сегмент, тем больше становится процент пользователей женского пола (вполне объяснимо продолжительностью жизни мужчин vs женщин)

Распределение участников опроса. Статус: новый или старый клиент



- ▶ Новый - клиент, пользующийся услугами компании не более 365 дней.
- ▶ В опросе преобладают участники со статусом «старые клиенты».
- ▶ Используя фильтры дашборда: больше всего новых клиентов в возрасте 16-24 года -28%. Чем выше возраст, тем ниже процент нового клиента.

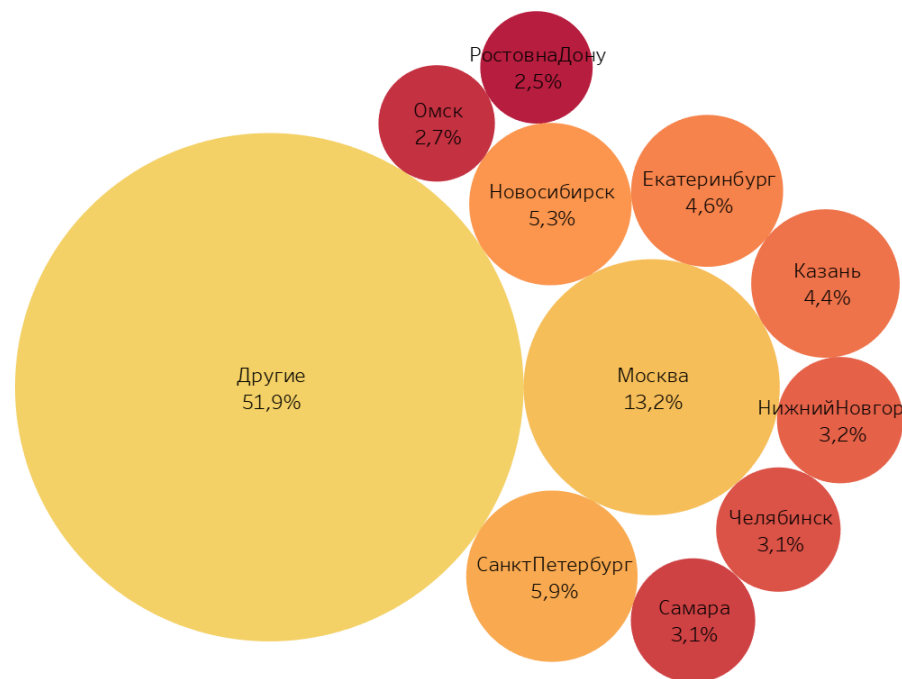
Распределение участников опроса. Жизненный цикл пользователя



- ▶ Больше всего среди опрошенных клиентов, пользующихся услугами больше 3 лет (36+ месяцев)
- ▶ Клиентов первого месяца пользования меньше 1% - всего 13 человек.

Распределение участников опроса. Города

Топ 10 городов по количеству пользователей



- ▶ Наибольшее число опрошенных проживают в Москве - 13,2%, 66000 человек.
- ▶ Второй по численности опрошенных - Санкт-Петербург - 5,9%, 30000 человек.
- ▶ 48% всех опрошенных проживают в 10 городах из датасета. Значит в этих городах компания наиболее популярна.

Распределение участников опроса. Тип устройства и операционная система

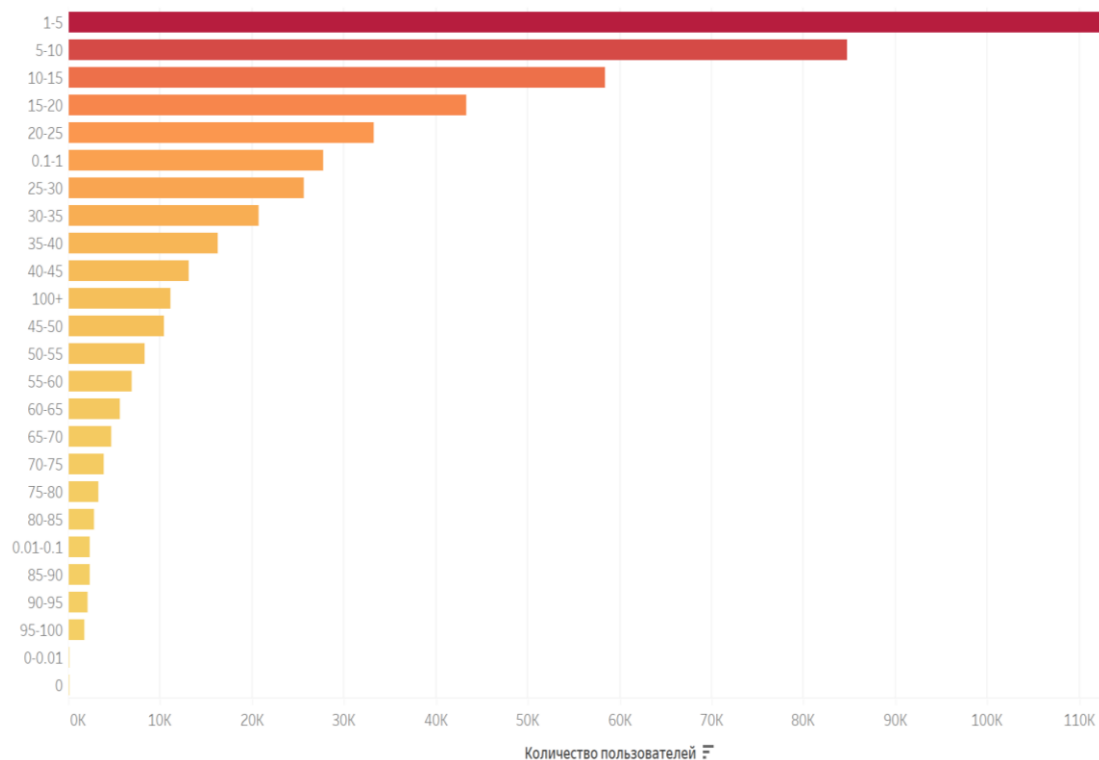
Испрльзуемые устройства и ОС

	MOBILE				
	SMARTP..	PHONE/..	Other	PHONE	TABLET
ANDROID	424 271	1 401	2	2	9 184
IOS	59 831				28
PROPRIETARY	67	77	23	2 307	4
OTHER	1 272	891	23	195	2
WINDOWS PHONE	1 086		191		17
unknown	19	96	17		
SYMBIAN OS	89			14	
BADA OS	40				
WINDOWS MOBILE	3				

- ▶ Основная группа - пользователи смартфонов на системе ANDROID.
- ▶ Вторая по численности - пользователи смартфонов на системе IOS.
- ▶ Также следует обратить внимание на пользователей планшетов на ANDROID.

Распределение участников опроса. Используемый трафик

Используемый трафик



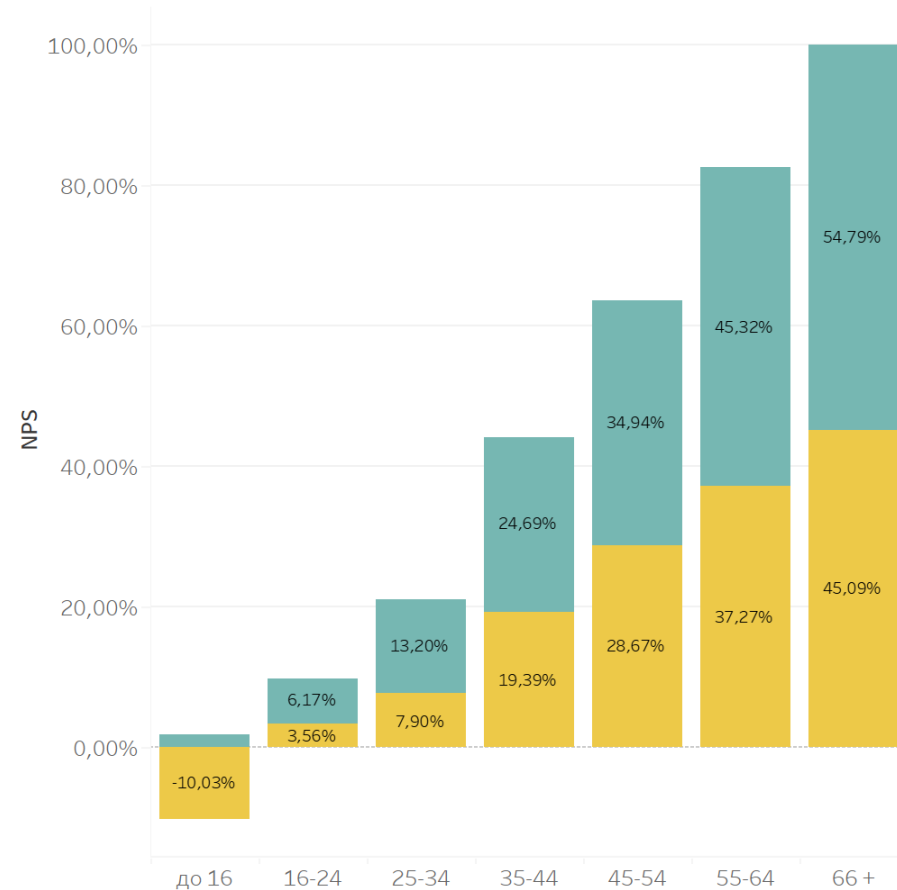
- ▶ Самая многочисленная группа использует 1-5 единиц трафика.
- ▶ Чем больше используемый трафик, тем малочисленнее группа.
- ▶ Кроме категории 100+ - их достаточно много и на них нужно обратить внимание.

Общий NPS

- ▶ NPS рассчитан по формуле: % сторонников - % критиков.
- ▶ Традиционно NPS выше 30% можно считать хорошим, более 50% — отличным, а более 75% — великолепным.
- ▶ Общий NPS компании равен 21,97%.
- ▶ По отдельным бенчмаркам индекс может варьироваться. Например, согласно исследованию платформы для анализа клиентского опыта Retently, средний NPS по отрасли «Медиа и коммуникации» равен 24%. (ссылка на исследование <https://www.retently.com/blog/good-net-promoter-score/>)
- ▶ На NPS может влиять превалирование определенной группы в опросе. В нашем случае это возрастной сегмент 25-44 года.

NPS по полу и возрасту пользователей

NPS по полу и возрасту

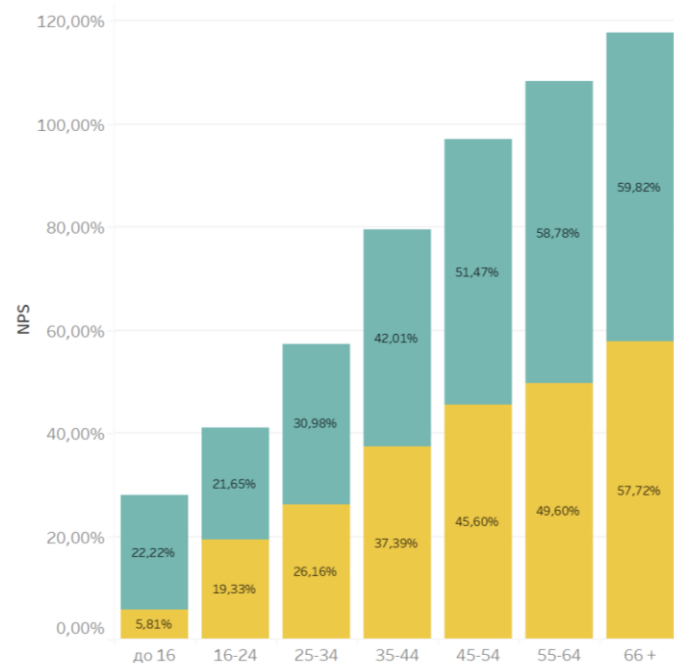


- ▶ Самый высокий NPS среди возрастной категории 66+.
- ▶ Чем выше возраст, тем больше лояльность. Объяснимо тем, что чем старше человек, тем хуже он принимает какие-либо изменения.
- ▶ Лояльность самых многочисленных возрастных групп 25-34 и 35-44 ниже ожидаемых 30%.
- ▶ Женщины в целом более лояльны, чем мужчины.

NPS по статусу клиента

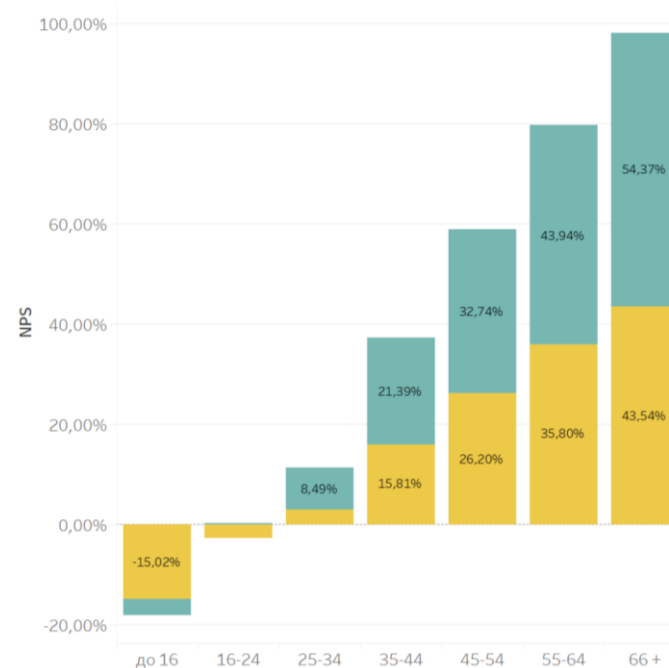
Новые клиенты

NPS по полу и возрасту



Старые клиенты

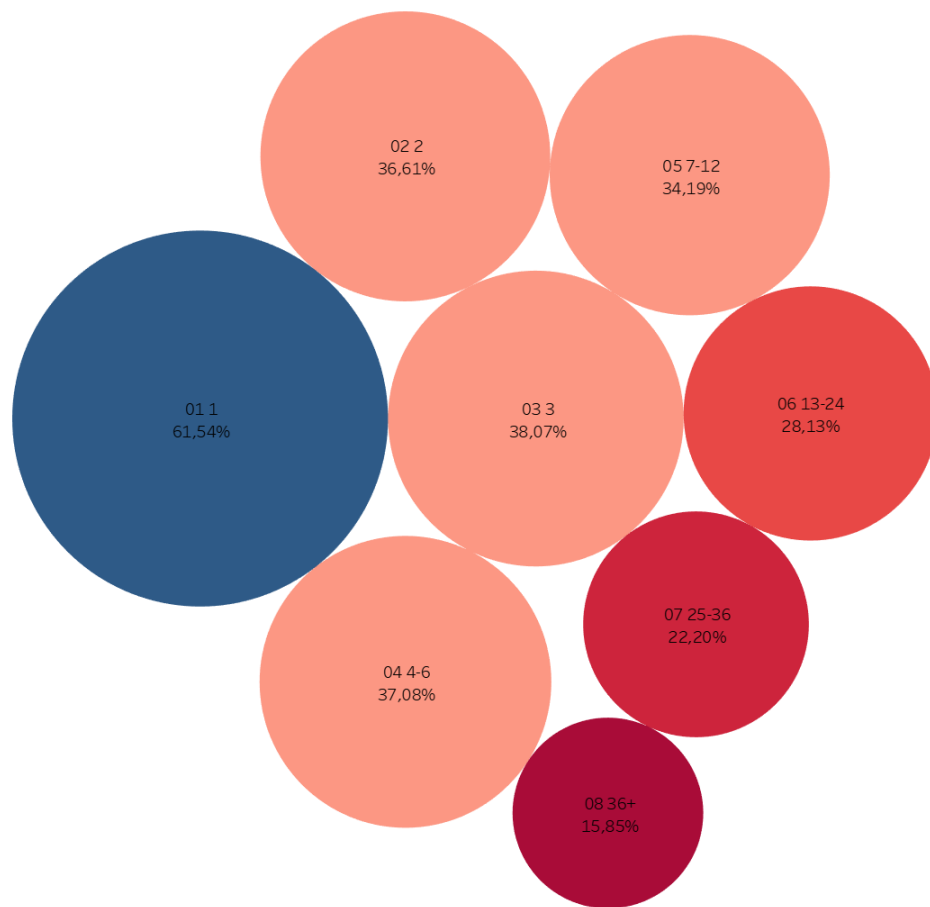
NPS по полу и возрасту



- ▶ Новые клиенты лояльнее старых. Это тревожный сигнал, стоит пересмотреть политику отношения к старым клиентам.

NPS по жизненному циклу пользователя

NPS жизненный цикл клиента (месяцы)



- ▶ Как и на предыдущем слайде, видно, что лояльность старых клиентов очень низкая.
- ▶ Самая высокая лояльность у клиентов первого месяца «жизни». Возможно им предлагаются какие-то промо условия при подключении.
- ▶ Чем выше срок «жизни» клиента, тем ниже лояльность.

NPS по типу устройства и используемой операционной системе

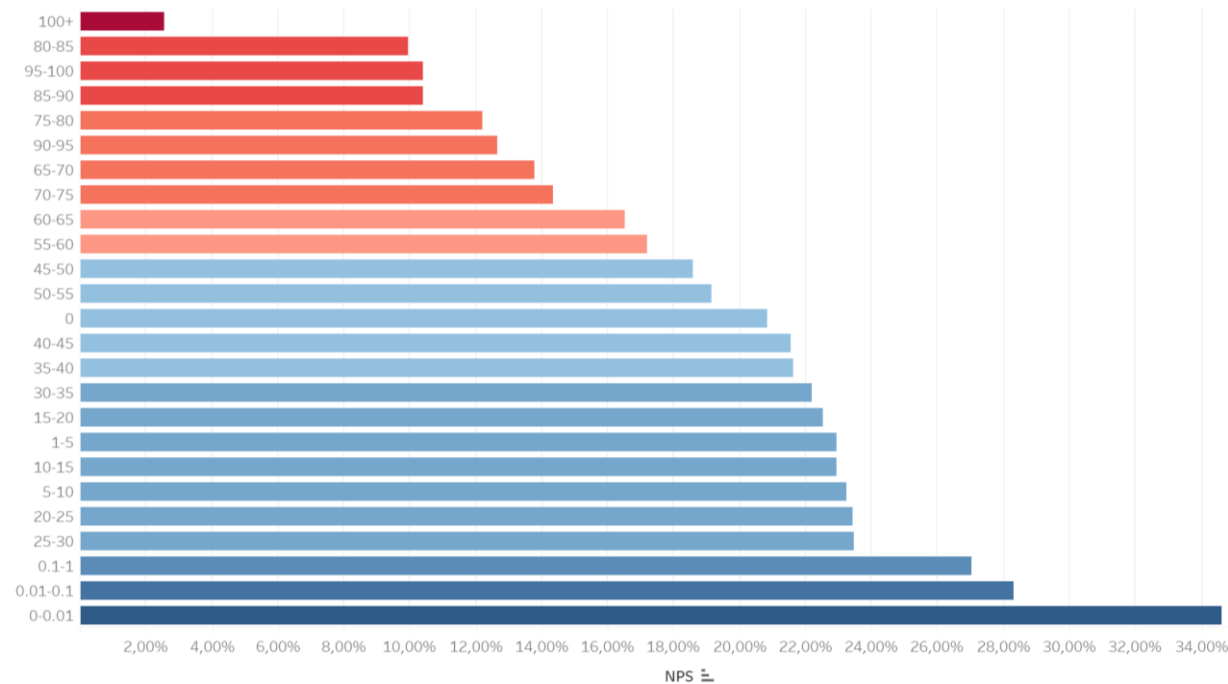
NPS по типу устройства и ОС

	MOBILE				
	SMARTP..	PHONE/FEA..	PHONE	TABLET	Other
IOS	4,20%			7,14%	
OTHER	20,91%	40,07%	47,69%	50,00%	8,70%
ANDROID	24,05%	21,84%	-100,00%	34,03%	-50,00%
WINDOWS PHONE	29,47%			-11,76%	35,60%
WINDOWS MOBILE	33,33%				
BADA OS	35,00%				
PROPRIETARY	41,79%	29,87%	36,93%	25,00%	56,52%
SYMBIAN OS	44,94%		0,00%		
unknown	52,63%	37,50%			5,88%

- ▶ Наибольшее число пользователей пользуется платформой ANDROID на SMARTPHONE (это можно увидеть в всплывающих подсказках на дашборде) - лояльность 24%. Выше лояльность при использовании на планшетах - 34%.
- ▶ Вторая группа по количеству пользователей IOS на SMARTPHONE. Видно, что в этой группе есть проблемы с лояльностью. На планшетах с ОС IOS также низкий уровень лояльности.

NPS по потребляемому трафику

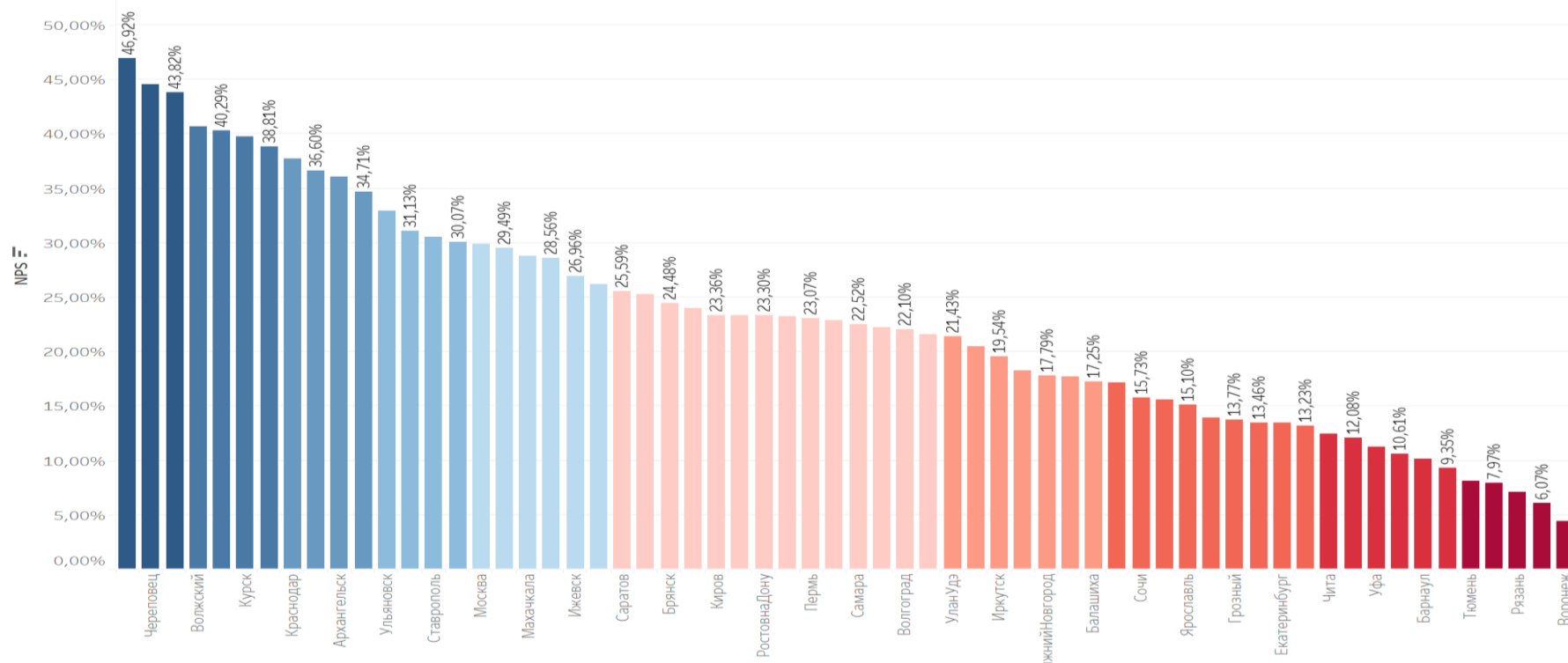
NPS по потребляемому трафику



- ▶ Чем выше количество потребляемого трафика, тем ниже лояльность. Возможно, стоит подумать о предложении более выгодных условий для тех, кто много пользуется услугами компании.

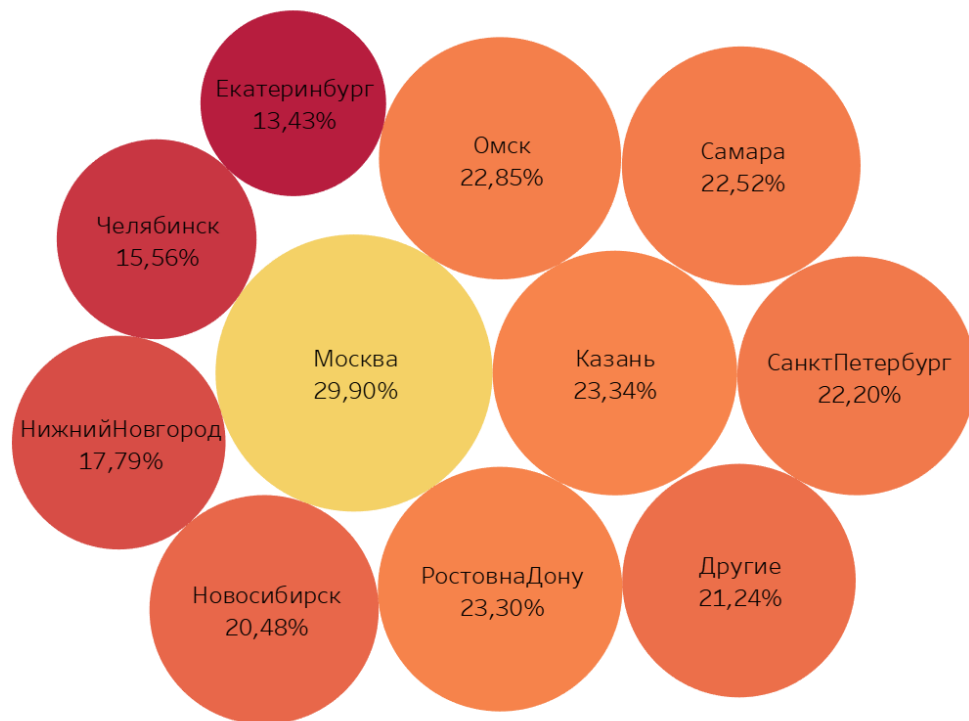
NPS по городам

NPS по городам



- ▶ Самая высокая лояльность в городе Иваново - 46%.
- ▶ Самая низкая - в Воронеже 4,5%.

NPS в ТОП-10 городов по количеству опрошенных пользователей



- ▶ В Москве лояльность почти 30% - здесь самый высокий % опрошенных.
- ▶ В остальных городах лояльность 15-23%, что является показателем ниже ожидаемого.

Портрет клиента-сторонника исходя из данных исследования

- ▶ Женщина от 45 лет
- ▶ Новый клиент
- ▶ Проживает в Иваново
- ▶ Пользуется смартфоном и планшетом на платформе android
- ▶ Расходует до 35 единиц трафика

Портрет клиента-критика исходя из данных исследования

- ▶ Мужчина до 45 лет
- ▶ Старый клиент
- ▶ Проживает в Воронеже
- ▶ Пользуется смартфоном на системе IOS
- ▶ Расходует 100+ единиц трафика