

**D A N** 

 **ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ**

 **ТИНЬКОФФ**

# ПОДПИСКА TINKOFF PRO:

Что привлекает пользователей?



# Подписка Tinkoff Pro



Подписка Tinkoff Pro — платная услуга, в рамках которой клиент получает бонусы по основным продуктам Тинькофф. В первый месяц подписка бесплатна, далее — **199** ₽ в месяц.



Основное преимущество подписки заключается в финансовой выгоде. Владельцы подписки пользуются более низкой стоимостью обслуживания, особыми лимитами и условиями начисления кэшбэка, бесплатными оповещениями и другими бонусами.

# Данные

X



В датасете, который вы получили, представлены данные, о клиентах, которые пользовались или не пользовались подпиской Tinkoff Pro. Данные собраны за период с **01.01.2022 по 01.12.2022**.



Одной записью представлен уникальный клиент. Всего в базе **20 001** наблюдение.

# Описание данных I

<b>Возраст</b>	Целочисленное поле, отражающее возраст клиента, года
<b>Пол</b>	Индикатор пола клиента: F-женский, M-мужской
<b>Кол-во детей</b>	Целочисленное поле, отражающее количество детей у клиента
<b>Индикатор отказа от коммуникаций</b>	Бинарный индикатор: 1 - отказ от коммуникаций от банка 0 - коммуникации с клиентом возможны
<b>Доход</b>	Численное поле, отражающее доход, указанный клиентом при оформлении карты, руб.
<b>Возраст в банке</b>	Целочисленное поле, отражающее количество дней с момента оформления первого продукта по сегодня, дни

# Описание данных II

Гео	Город проживания/регион, указанный клиентом при оформлении продукта
Дата подключения	Фактическая дата подключения подписки Tinkoff Pro, в формате YY-MM-DD
Дата отключения	Дата отключения подписки Tinkoff Pro, в формате YY-MM-DD (Если дата отсутствует, это означает, что подписка активна/не отключена)
Активных дней	Целочисленное поле, отражающее количество дней с момента подключения подписки до, дни
Выгода	Численное поле, отражающее общую денежную сумму, которую клиент сэконобил/заработал благодаря пользованию опциями подписки, руб.
Кол-во опций	Целочисленное поле, отражающее каким количеством опций в подписке пользовался клиент. (всего опций <b>13</b> , пользование опцией означает, что была выгода > <b>0</b> по этой опции)

# Описание данных III

Активная дебетовая карта	1 - наличие дебетовой карты у клиента Tinkoff Black 0 - отсутствие дебетовой карты у клиента Tinkoff Black
Активная кредитка	1 - наличие кредитной карты у клиента Tinkoff Platinum 0 - отсутствие кредитной карты у клиента Tinkoff Platinum
НС (накопительный счет)	1 - наличие накопительного счета у клиента 0 - отсутствие накопительного счета у клиента
Активный мобаил	1 - наличие мобильной симки Тинькофф Мобаил у клиента 0 - отсутствие мобильной симки Тинькофф Мобаил у клиента
Активный брокерский счет	1 - наличие брокерского счета у клиента 0 - отсутствие брокерского счета у клиента
Вклад	1 - наличие вклада у клиента 0 - отсутствие вклада у клиента

# Описание данных IV

Индикатор оплаты подписки	1 - была хотя бы 1 оплата подписки 0 - не было оплат, означает что у клиента был только триальный период
Кол-во партнерских подписок	Целочисленное поле, отражающее количество активный подписок у партнеров (ivi, kaspersky, gfn, mybook, whoosh)
Оборот	Численное поле, отражающее общую денежную сумму транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам, фактически сумма среднемесячных трат клиента, руб.

# Описание данных V

<b>Кол-во транзакций</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам, фактически количество среднемесячных трат клиента
<b>Транзакций кино</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам в категории Кино(кинотеатры, покупки фильмов)
<b>Транзакций развлечения</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам в категории Развлечения (аттракционы, выставки и тд)
<b>Транзакций фастфуд</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам в категории Фастфуд (рестораны быстрого питания)
<b>Транзакций музыка</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам в категории Музыка (подписки на муз сервисы, покупки песен и тд)
<b>Транзакций рестораны</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам в категории Рестораны (оплата счетов в ресторанах)
<b>Транзакций в оффере партнеров</b>	Целочисленное поле, отражающее количество транзакций клиента по дебетовым или кредитным картам у партнеров по специальным предложениям с повышенным Кэшбеком



**Каким образом привлечь больше  
пользователей подписки и/или  
увеличить срок ее использования?**

**D A  
N** 



**ТИНЬКОФФ**



**ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ**

1

# Постановка вопроса, гипотезы и механизмы



Что интересно вам и почему может быть интересно кому-то еще?



Сформулируйте вопрос.



Целевые аудитории: разных клиентов привлекает равное.

2

# Выбор переменных



Влияние каких факторов считаете важным?



Сформулируйте гипотезу о том, положительно или отрицательно эти факторы будут влиять на использование подписки.



Объясните, почему ожидаете такую зависимость.

# Разведыва- тельный анализ



Что является единицей наблюдения?



Исследуйте распределения: какие они?



Выбросы, пропуски.



Как различаются распределения в разных категориях?



Преобразуйте данные! Никто не запрещает.

# Анализ взаимосвязей: Проверь гипотезу



Графический анализ (точечные диаграммы)



Статистический анализ (таблицы сопряженности, корреляции)



Не забывай, что переменные разных типов: используй подходящие инструменты анализа!



Сделай вывод! Согласуется ли с тем, что вы предполагали?

5

# Проверка устойчивости результата



Подумайте, деление по какому фактору, имеет смысл



Проведите анализ по подгруппам



Сохраняются ли результаты для разных категорий?

# Выводы и ограничения



Как полученные выводы могут использоваться компанией?



Ограничения. Что в вашем исследовании не учтено?



Можно ли распространить ваши выводы на другие банки/страны?



Корреляция показала. Возможна ли обратная причинно-следственная взаимосвязь?

Поясните с точки зрения экономики, почему влияние может быть обратным.

**D A N** 

 **ВЫСШАЯ ШКОЛА  
ЭКОНОМИКИ**

 **ТИНЬКОФФ**

**СПАСИБО**

