

D A N 

 **ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЭКОНОМИКИ**

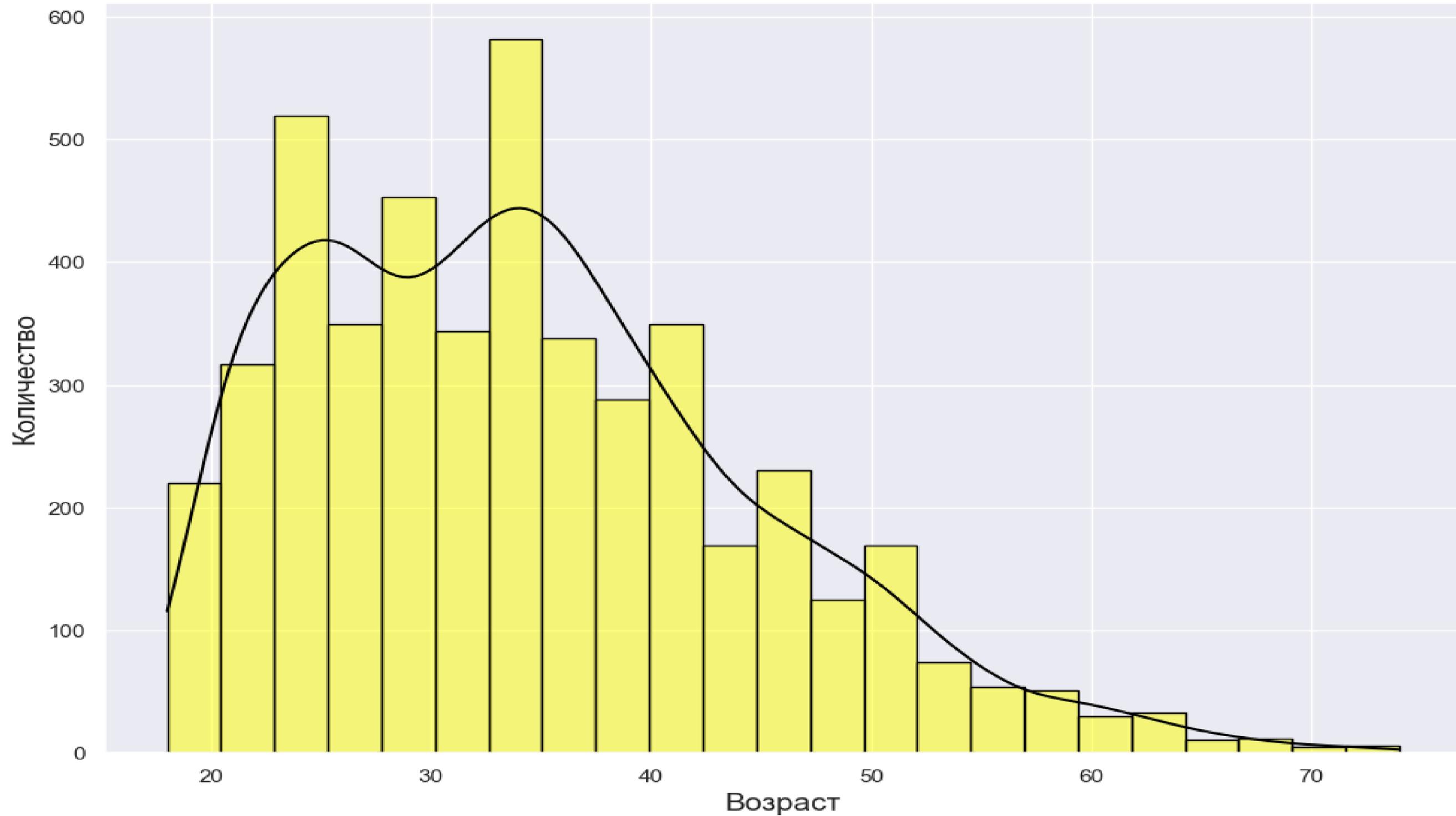
 **ТИНЬКОФФ**

Тинькофф Pro Edu

Команда №22



Распределение возрастов пользователей



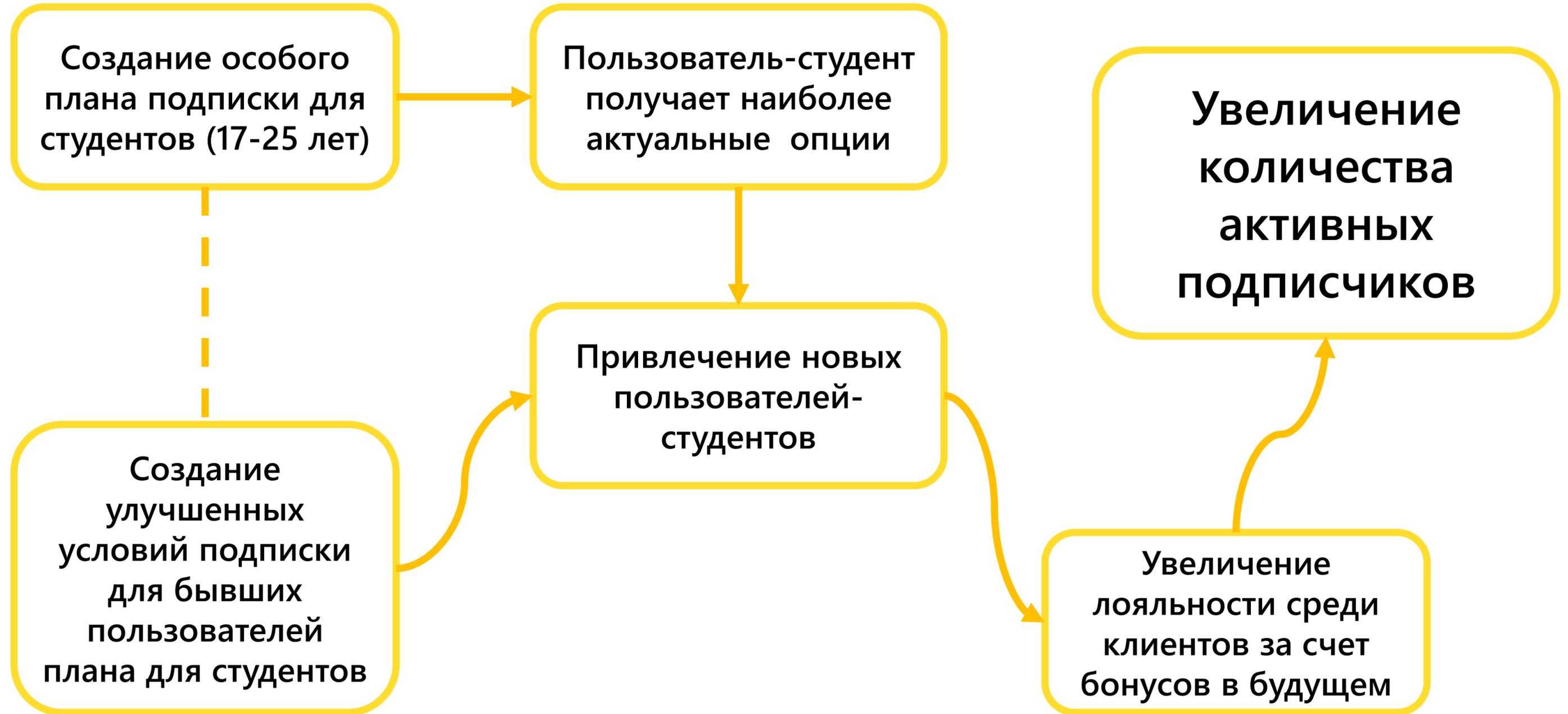
Исследовательский вопрос и гипотеза

X

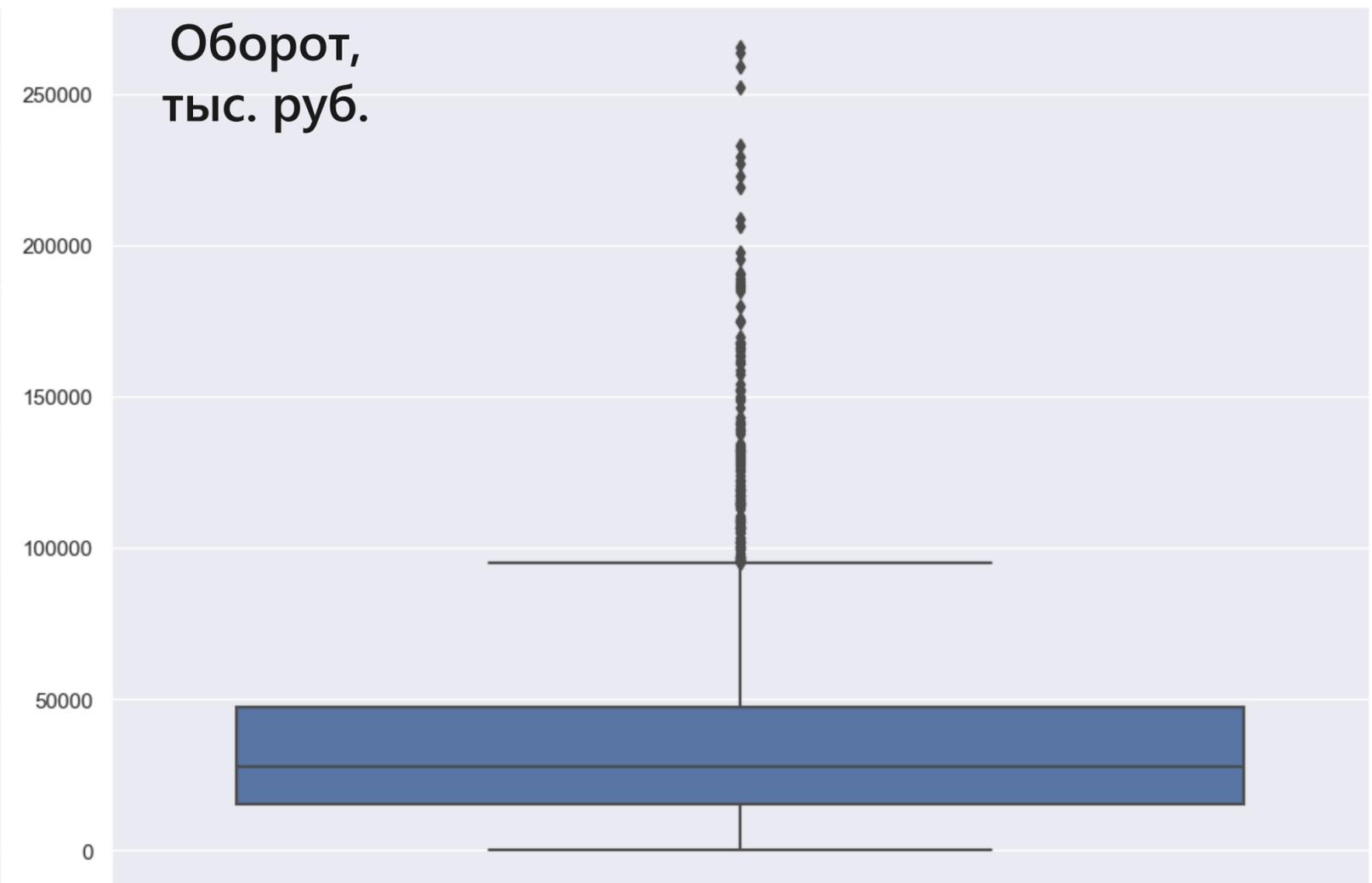
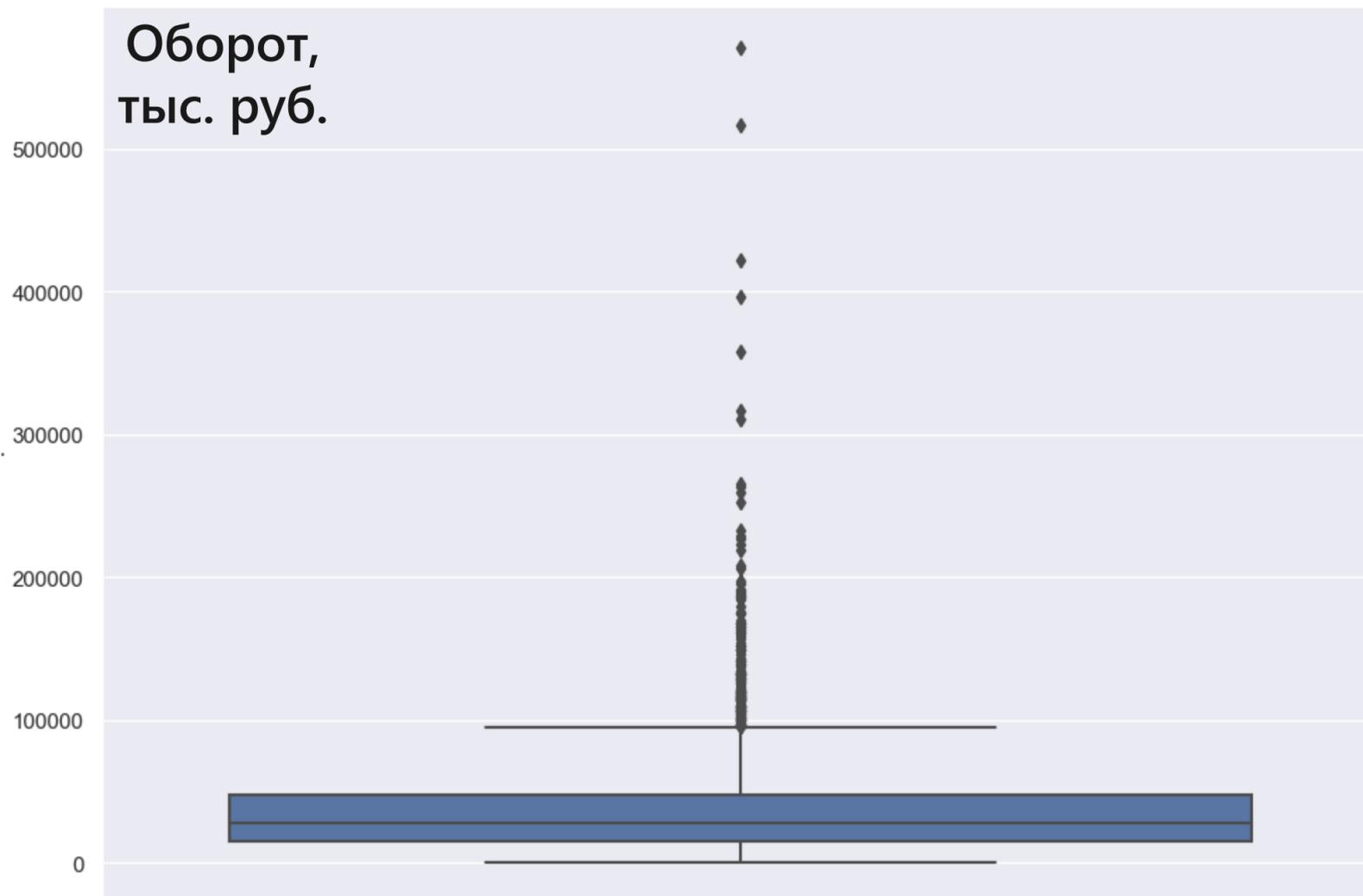
-  Каким образом привлечь внимание студентов, побудить их покупать и продлевать подписку?
-  Создание особого плана подписки для студентов (17-25 лет) с заменой опций на наиболее актуальные для них повлечет за собой увеличение количества активных подписчиков.



Механизм



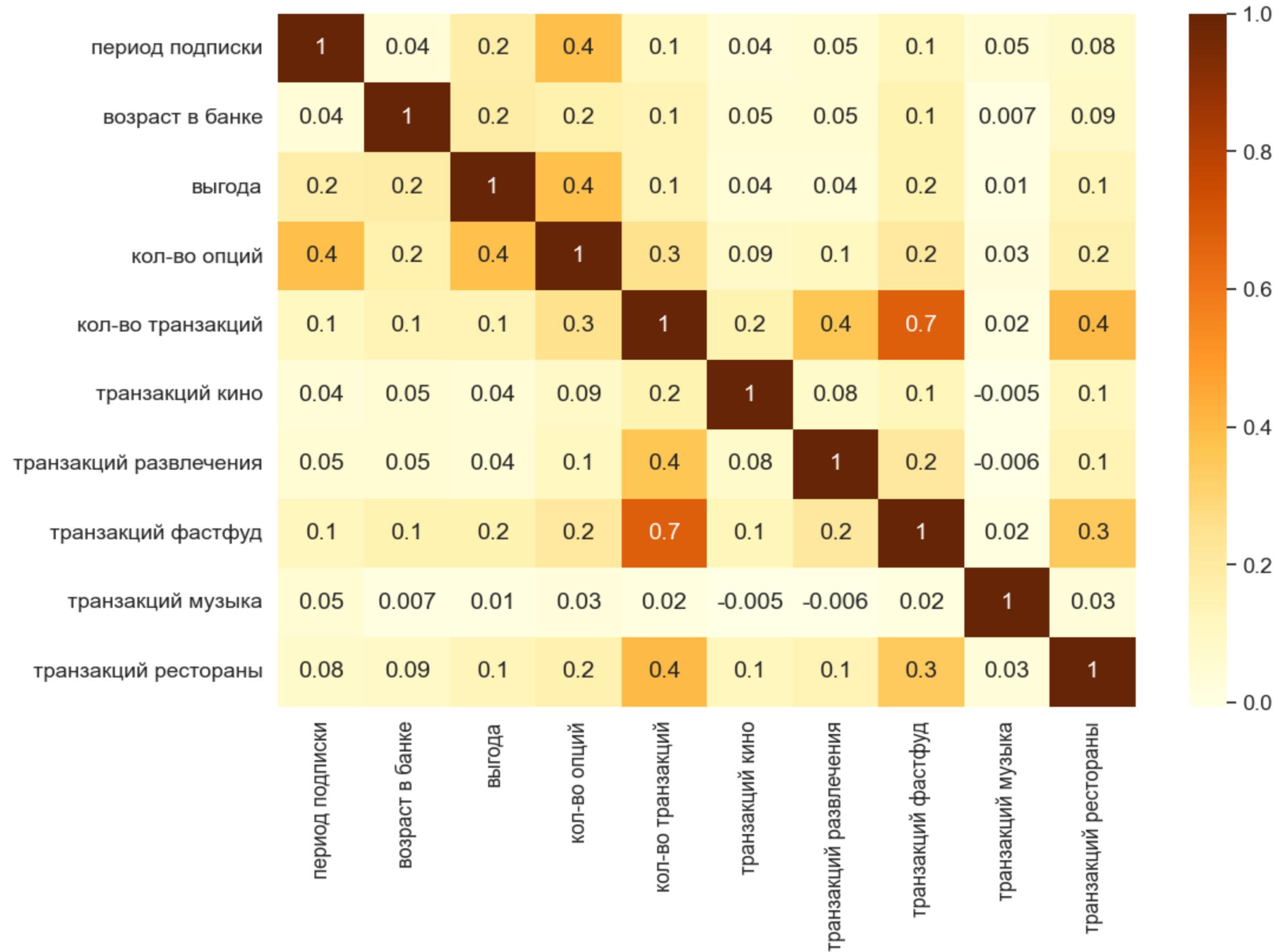
Избавляемся от выбросов



До отброса значений

После

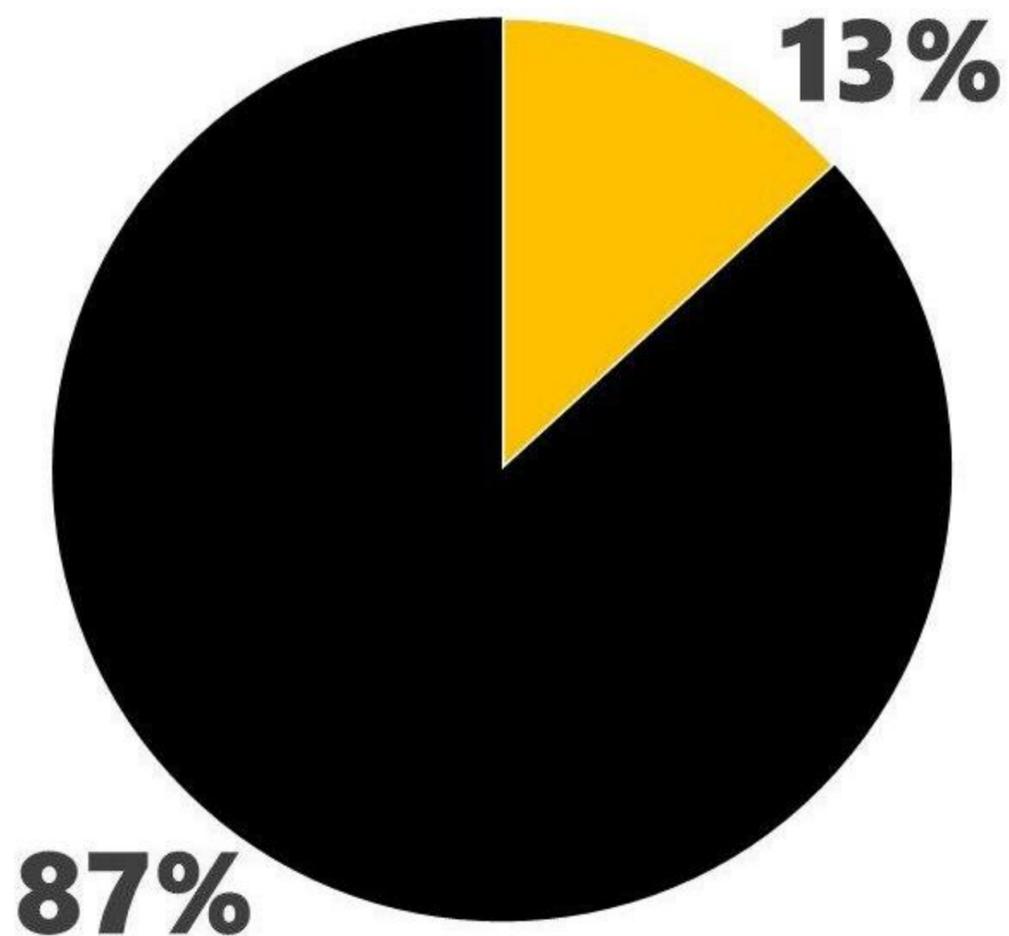
Таблица корреляции



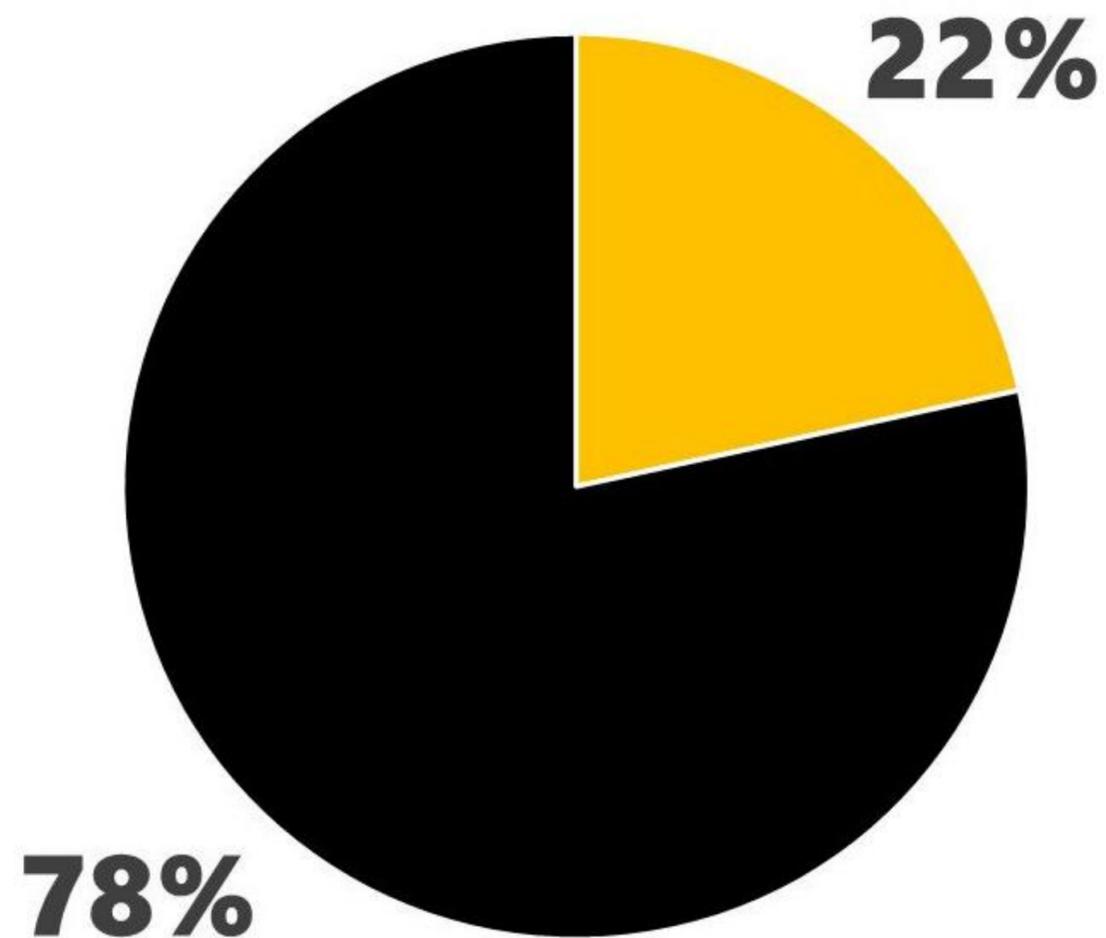
Лояльность клиентов

■ - Лояльные

■ - Нелояльные



17-25 лет



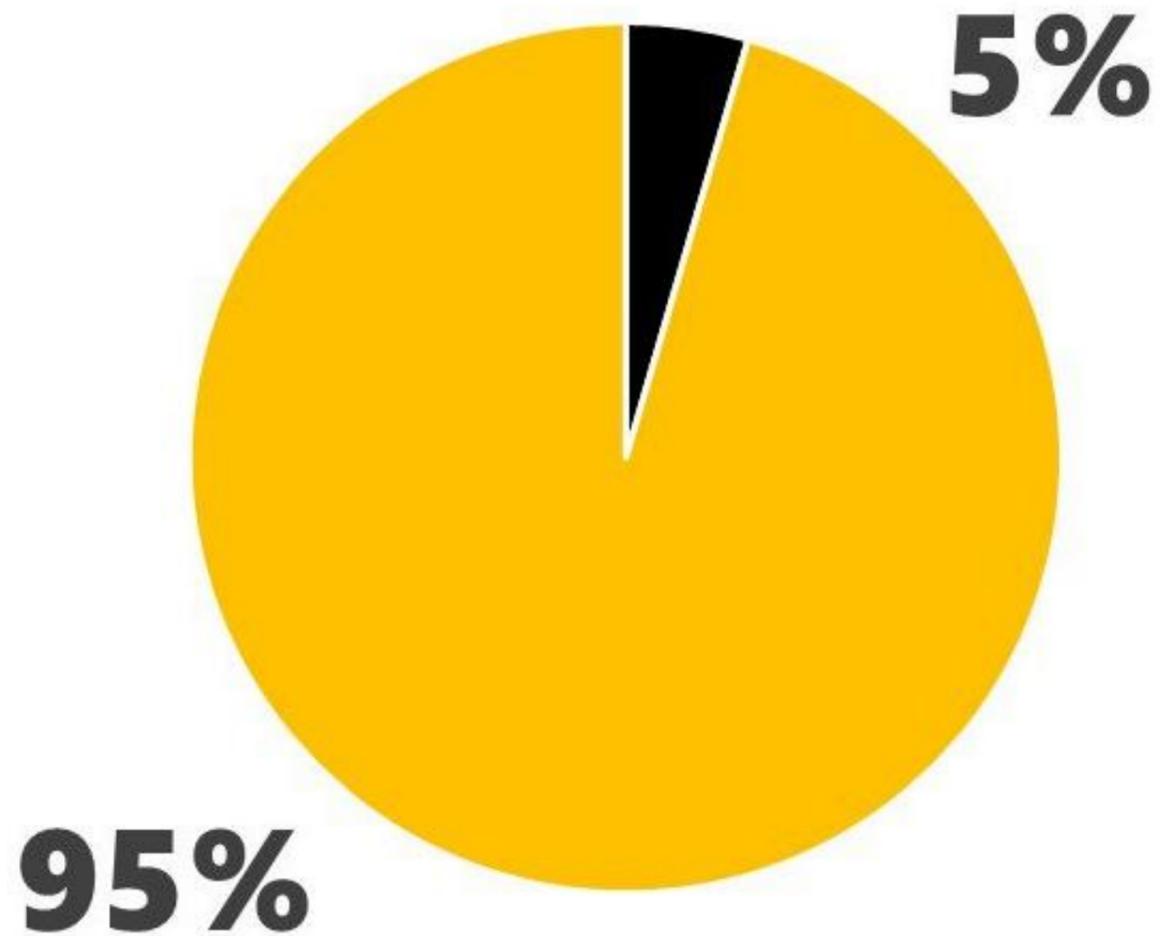
Старше 25 лет



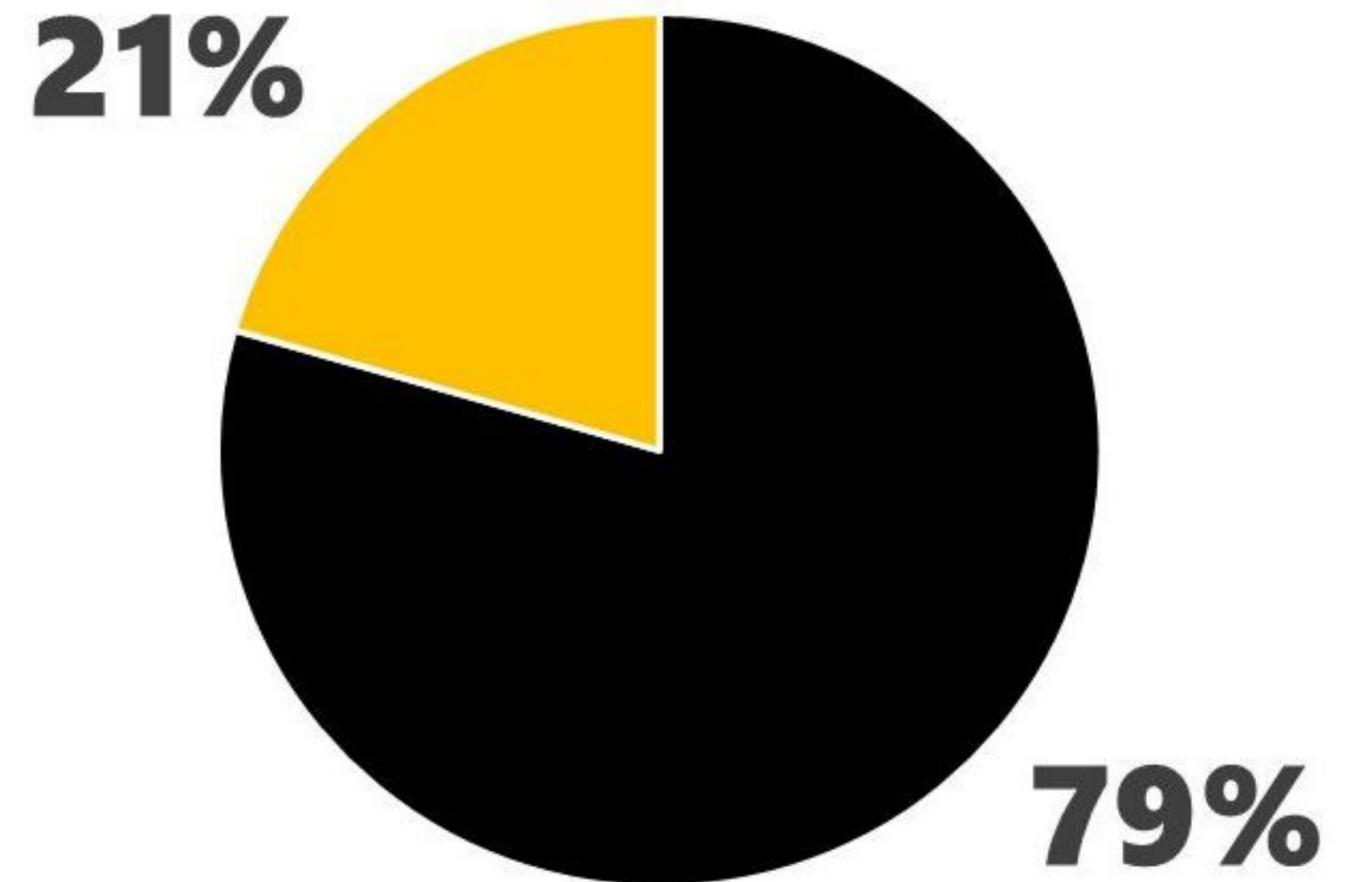
Использование карт

■ - Используют

■ - Не используют



Tinkoff Black



Tinkoff Platinum

- Повышенный кэшбек для дебетовой карты на востребованные у студентов категории (фастфуд, продукты, общественный транспорт)
- Скидка на образовательные программы, курсы
- Отказ от неактуальных для студентов функций, например, для кредитной карты
- Улучшенные условия подписки в будущем



Ограничения и перспективы

- Исследование ориентировано только на студентов
- Острая экономическая ситуация 2022 года могла повлиять на предпочтения клиентов
- Нет информации об условиях подписок за года, приведенные в датасете

- Расширить наше исследование на другие возрастные группы
- Увеличить количество тарифов для других возрастных групп
- Собрать актуальные данные об условиях подписки и предпочтениях клиентов
- Провести подробное исследование на протяжении нескольких лет

Практическая польза

Привлечение большего количества подписок на Tinkoff pro и увеличение их продолжительности, вследствие чего повышается прибыль компании. Также, в выигрыше остаются студенты, потому что предложенные по подписке условия являются наиболее выгодными для них.



D A N 

 **ВЫСШАЯ ШКОЛА
ЭКОНОМИКИ**

 **ТИНЬКОФФ**

**Спасибо за
внимание!**

