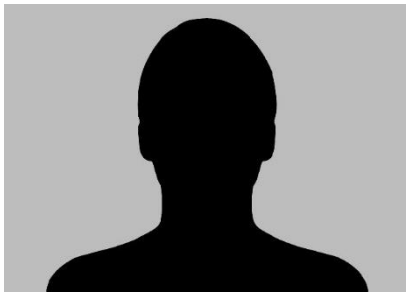
School of
Engineering

Auswertung von Kundendaten im Bereich Client Loyalty



Diplomierende
Laurent Luchsinger
Josip Matic

Dozent
Richard Bödi

In dieser Bachelorarbeit wird eine Datenanalyse von Online-Banking-Kundendaten einer Schweizer Grossbank beschrieben. Die beiden zur Verfügung stehenden und anonymisierten Datensätze enthalten zum einen demografische Angaben wie beispielsweise das Alter und Geschlecht eines Kunden und zum anderen Transaktionsdaten der entsprechenden Kunden. Die genaue Struktur und die Konsistenz-Prüfung der Datensätze sind in Kapitel 3 gegeben.
Es wird mithilfe der ehemaligen Kunden eine Funktion erstellt, um die Dauer der Kundenbeziehungen der bestehenden Kunden zu prognostizieren. Ausserdem wird eine allgemeine Lebenserwartung geschätzt sowie ein Zielbereich der Kundenzugehörigkeitsdauer definiert, welchen die Kunden vorzugsweise erreichen sollten, um eine gute Ausschöpfung des Customer-Lifetime-Value zu erreichen. Die Resultate zeigen, dass in Zukunft mehr Kunden im Zielbereich zu erwarten sind als es momentan der Fall ist. Ausserdem sind die verschiedenen Verteilungen auf einem Signifikanzniveau von 5% nicht korreliert zueinander, was für eine statistisch signifikante Erhöhung der Kundenzugehörigkeitsdauer spricht.
Die Nutzung des Online-Banking-Angebotes in Abhängigkeit von Alter, Geschlecht und der Dauer der Kundenbeziehung wird untersucht. Des Weiteren werden die verschiedenen Kanäle und Typen innerhalb des Online-Banking-Angebotes auf eine Korrelation zu den Altersgruppen getestet. Die Ergebnisse in diesem Abschnitt weisen alle auf keine Korrelation der Testgrössen hin, was bedeutet, dass in den verfügbaren Daten keine signifikanten Unterschiede zwischen den geprüften Gruppen bestehen.
Abschliessend sind im Anhang, nebst weiterer Unterlagen, der für die Analyse geschriebene Code aus dem Statistik-Programm R sowie eine Beschreibung der angetroffenenDatenqualitätsprobleme zu finden.

Bild klein 1.