

Коэффициент удержания клиентов (Customer Retention rate)

Синонимы: Retention Rate, CRR

Разделы: [Метрики](#)

В маркетинге коэффициент удержания является индикатором лояльности клиентов, т.е. отражает способность компании поддерживать долгосрочные отношения с покупателями.

Он рассчитывается по следующей формуле:

$$CRR = \frac{CE - CN}{CS} \cdot 100,$$

где CE — число клиентов на конец периода, CN — число новых клиентов, приобретенных за период, CS — число клиентов на начало периода.

Пусть, например, в начале месяца у компании было 150 клиентов, а в конце месяца стало 162, 18 клиентов перестали пользоваться услугами, зато появилось 30 новых клиентов. Считаем CRR: $(162 - 30) / 150 = 0,88$ или 88%.

Целью использования коэффициента удержания в маркетинге является мониторинг эффективности деятельности компании по привлечению и удержанию клиентов.