



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Справочник бенчмарков Retention & Churn Rate по отраслям

Оцените свои метрики: сравнение со средними показателями рынка и лучшими практиками.

Бенчмарки Retention Rate и Churn Rate по отраслям (годовые показатели)

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

Важность ARPA (Average Revenue Per Account) для Churn Rate

Churn Rate сильно зависит от среднего дохода на аккаунт (ARPA), часто даже больше, чем от отрасли.

- Для $ARPA < \$25$, годовой Retention Rate составляет 64.7% для компаний из топ-квартеля.
- Для $ARPA > \$1,000$, годовой Retention Rate составляет 85.8% для компаний из топ-квартеля (ChartMogul SaaS Benchmarks, 2023).

Это означает, что чем выше ценность клиента, тем выше его удержание. Высокодоходные клиенты, как правило, используют более надежные методы оплаты и более активно решают проблемы с платежами.

Динамика Retention Rate по когортам (гипотетические кривые)

Когортный анализ позволяет увидеть, как Retention Rate меняется со временем для групп пользователей, пришедших в один период. Ниже представлены типичные кривые для разных отраслей, демонстрирующие, что основной отток часто происходит в начальный период.

SaaS (B2B): Кривая Retention Rate обычно более пологая. После первоначального снижения в первые 1-3 месяца, она стабилизируется на достаточно высоком уровне (например, 70-80% Retention через год). Это связано с высокой стоимостью переключения и глубокой интеграцией продукта в бизнес-процессы клиента.

E-commerce (подписки): Кривая Retention Rate падает быстрее в первые месяцы (например, с 80% до 50% за 3 месяца), а затем стабилизируется на более низком уровне (например, 40-50% Retention через год). Это отражает более низкую приверженность и чувствительность к цене.

Мобильные приложения: Кривая Retention Rate демонстрирует резкое падение в первые дни и недели (с 100% до 20-30% за 7 дней, до 10-15% за 30 дней). После этого падение замедляется, но общий уровень Retention остается низким (5-10% через 90 дней). Это подчеркивает важность первого опыта использования и быстрой активации пользователя.

Типы оттока: добровольный и недобровольный

Добровольный отток (Voluntary Churn)

Клиент активно отменяет подписку или прекращает сотрудничество. Отражает неудовлетворенность, изменение приоритетов или несоответствие цены/ценности.

Недобровольный отток (Involuntary Churn)

Клиент теряет доступ из-за проблем с оплатой (истекшая карта, отклонение платежа). Не связан с намерением клиента уйти. Для B2B-SaaS с ARPC > \$250, недобровольный отток составляет всего 0.18% (Recurly, 2026).

Значение

Отслеживайте оба типа оттока отдельно. Недобровольный отток часто можно снизить с помощью технических решений (повторные попытки списания, уведомления об истечении срока действия карты).

Оцените свой Churn Rate



Требует срочного внимания (плохо) Нужно улучшать (средне) Конкурентоспособно (хорошо) Лидер рынка (отлично)

Отметьте, где находится ваш годовой Churn Rate относительно бенчмарков вашей отрасли:

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

