

# Rapport d'analyse – Primero Bank

<b>Nom du rédacteur</b>	Ah-see	<b>Date</b>	13/02/2024
<b>Nom du client</b>	Paola	<b>Sujet de l'analyse</b>	Perte de clients pour la banque Primero

## Comment remplir ce document :

- Un exemple est donné à titre indicatif en italique. Supprimez-le avant d'ajouter votre texte.
- Ajoutez et supprimez des lignes selon vos besoins dans les tableaux ci-dessous.

### I. Décrivez le contexte du client : quel est son secteur d'activité et quels sont ses enjeux principaux ?

La banque Primero évolue dans le secteur bancaire.

Elle a 5 ans d'ancienneté et est une banque 100 % en ligne, sans agence physique. Toutes les opérations se font depuis l'application mobile ou du site internet de la banque.

Comme pour une banque physique, les clients peuvent ouvrir des comptes courants ou des livrets d'épargne et faire des demandes de crédit.

La carte bleue est gratuite tandis que les offres premium (cartes Silver, Gold et Premium) sont payantes.

Toutefois, elle a perdu 1 636 clients sur un portefeuille de 10 127 clients.

A ce titre, Paolo, la responsable commerciale de la banque, sollicite ESN Data, une entreprise de services numériques pour comprendre la perte de clientèle et établir un plan d'action. Elle est la cible de communication.

Ses objectifs de communication ont pour but de l'aider à comprendre pourquoi les clients quittent la banque et à identifier les habitudes d'utilisation des clients. Après avoir identifié les raisons des départs des clients, elle souhaite déduire parmi les clients actuels, les profils qui pourraient partir.

Elle a fourni au consultant d'ESN Data, des données issues du logiciel de gestion commerciale pour les analyses et leurs transformations.

Une présentation avec une quinzaine de visualisations devra permettre de visualiser les résultats avec une facilité de lecture et une accessibilité à tous.

Pour donner suite au rapport d'analyse et à la présentation du consultant Business Intelligence Junior, Mehdi, le consultant senior, sera chargé d'analyser les données qualitatives pour identifier le(s) profil(s) type(s) des clients qui quittent la banque et les données quantitatives pour identifier les raisons pour lesquelles ils quittent la banque. Et à partir de ces résultats, il faudra identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque et établir un plan d'action dans 3 semaines pour éviter d'autres vagues de départs.

A moyen terme, la pérennité de la banque est en danger avec cette fuite significative des clients et le rapport de l'entreprise ESN DATA peut s'avérer vital pour la compréhension de cette hémorragie de clients et la mise en place de plans d'action pour enrayer cette tendance afin de renforcer la banque Primero sur le marché des banques en ligne.

## II. Décrivez l'utilité du rapport : à qui s'adresse-t-il ? Quels sont ses objectifs ?

### L'audience, appelée également cible de communication

Paola, directrice Marketing.

### Objectif du rapport n° 1

Identifier le(s) profil(s) type(s) des clients qui quittent la banque.

<b>Objectif du rapport n° 2</b>	En déduire des pistes d'analyse sur les raisons pour lesquelles ils quittent la banque.
<b>Objectif du rapport n° 3</b>	Identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque.

### III. Données : comment vont-elles être utiles dans l'analyse ?

Transformez les données en informations. Expliquez l'information qu'elles vous donnent et comment elles seront utiles.

<b>Donnée(s)</b>	<b>L'information issue de la lecture de ces données</b>	<b>Utile pour répondre à l'objectif n° :</b>
« Statut du client » avec « l'âge du client », « le genre du client », « le nombre d'enfants à charge », « le niveau de diplôme », « le statut marital », « la durée d'engagement », « le nombre de mois inactif », « l'utilisation moyenne de la carte »	<i>Il n'y a pas de lien de corrélation entre la perte des clients et les 8 variables que sont l'âge, le genre, le nombre d'enfants à charge, le niveau du diplôme et le statut marital, la durée d'engagement, le nombre de mois inactif, l'utilisation moyenne de la carte.</i>	1
« Statut du client » et « Catégorie du revenu annuel »	<i>Les tranches de revenu annuel €40k-€60k et €60k-€80k représentent la moitié des clients perdus alors qu'elles ne représentent que le tiers des clients actuels.</i>	1
« Statut du client » et « Type de carte »	<i>Les cartes Blue représentent 9 cartes sur 10 et il est intéressant de noter que la carte Platinum lancée 6 mois auparavant, a 2 fois plus de clients perdus que de clients actuels.</i>	1

Donnée(s)	L'information issue de la lecture de ces données	Utile pour répondre à l'objectif n° :
« Statut du client » et « Nombre d'interactions »	Les clients qui ont eu entre 6 et 9 interactions concernant 100 % de clients perdus. Cette donnée indique peut-être une insatisfaction des clients par rapport au service-support de la banque.	2
« Statut du client » et « Montant du crédit renouvelé »	6 clients perdus sur 10 utilisent moins de 500 € de crédit renouvelé. 1 client actuel sur 2 utilise entre 1 000 € et 2 000 € de crédit renouvelé. L'utilisation du crédit renouvelé est un outil de rétention des clients.	2
« Statut du client » et « Nombre de transactions »	Les données indiquent une plus forte utilisation de la carte par les clients actuels avec une moyenne de 68 transactions contre 45 transactions pour les clients perdus.	2

#### IV. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données (minimum 5 représentations graphiques) ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
<b>Objectif 1</b> <i>Démontrer le lien entre le type des cartes et la perte de clients</i>	<b>Visualisation 1</b> <i>Un histogramme à barres empilées 100 % montre la répartition clients par type de carte.</i>	<i>L'histogramme permet de visualiser qu'il y a plus deux fois plus de clients perdus pour la carte Platinum que pour les clients actuels.</i>
<b>Objectif 2</b> <i>Faire ressortir les catégories de revenus avec un pourcentage plus élevé de clients perdus.</i>	<b>Visualisation 2</b> <i>Un histogramme à barres groupés avec la répartition des clients par catégories de revenu annuel.</i>	<i>L'histogramme permet de visualiser les 2 tranches de revenu annuel, soit les tranches de €40k-€60k et €60k-€80k, qui représentent la moitié des clients perdus.</i>

<b>Objectif de la visualisation</b>	<b>Représentation graphique choisie</b>	<b>Justification du choix</b>
<p><b>Objectif 3</b></p> <p>Démontrer le lien entre la perte des clients et le nombre d'interactions avec la banque</p>	<p><b>Visualisation 3</b></p> <p>Un histogramme à barres empilées 100 % avec le nombre d'interactions par tranches et le statut des clients.</p>	<p>L'histogramme démontre que la banque perd des clients alors qu'un nombre plus élevé d'interactions devrait avoir l'effet inverse. Tous les clients qui ont eu plus de 5 interactions ont quitté la banque.</p>
<p><b>Objectif 4</b></p> <p>Démontrer que l'utilisation du crédit renouvelé permet la rétention des clients</p>	<p><b>Visualisation 4</b></p> <p>Un histogramme groupé pour comparer la répartition des clients par rapport aux montants des crédits renouvelés.</p>	<p>L'histogramme permet de visualiser la part élevée de clients perdus chez les faibles utilisateurs du crédit renouvelé, en particulier pour les crédits de moins de 500 €.</p>
<p><b>Objectif 5</b></p> <p>Faire ressortir le lien entre le statut des clients et la nombre de transactions.</p>	<p><b>Visualisation 5</b></p> <p>Un histogramme groupé pour comparer la moyenne du nombre des transactions avec le statut des clients.</p>	<p>L'histogramme permet de visualiser une moyenne de du nombre de transactions de 53 % plus élevée chez les clients actuels que chez les clients perdus.</p>