

Entreprise : Cyclistic

Analyste de données : Caleb Durandisse

Produit : Vélo en libre-service

Ville : Chicago

Parties prenantes : l'équipe d'analyse marketing, équipe de direction, cyclistes occasionnels, membres annuels

L'entreprise créée en 2016, possède 5824 vélos géolocalisés et verrouillés dans un réseau de 692 stations de service dans Chicago

Type de vélos :

- Vélos inclinables,
- Tricycle à main,
- Vélos cargo

Utilisateurs de vélos chez Cyclistics

- Majorité optent pour des vélos traditionnels
- 8% utilisent les options d'assistance
- 30% utilisent le vélo pour se rendre au travail chaque jour

Stratégie actuelle pour son succès

- Flexibilité des plans tarifaires
 - Passes pour un trajet
 - Passes pour une journée
 - Adhésions annuelles

Type de clients :

- **Les cyclistes occasionnels sont** : les clients qui achètent des passes trajet et pour une journée.
- **Les membre de Cyclistic** : les clients qui achètent des adhésions annuelles

Contexte du projet :

Les experts ont déterminé que les adhérents réguliers sont beaucoup plus rentables que les cyclistes occasionnels. La flexibilité des prix encourage un aspect à attirer davantage les clients. Ainsi, pour la directrice Moreno, l'optimisation du nombre d'adhérents annuels sera le facteur déterminant de l'expansion future, plutôt que la mise en place d'une campagne marketing visant à séduire de nouveaux clients.

D'après la directrice, une possibilité réside dans la transformation des cyclistes occasionnels en adhérents.

- 🚦 Il est à noter que les cyclistes occasionnels sont familiers avec le programme Cyclistic et l'ont sélectionné pour répondre à leurs exigences de mobilité.

1. Énoncé clair de la tâche commerciale :

Déterminer les différences d'utilisation des vélos Cyclistic entre les membres annuels et les cyclistes occasionnels afin d'éclairer les stratégies marketing visant à convertir les cyclistes occasionnels en membres annuels. Plus précisément, il s'agit d'analyser les données de trajets pour identifier les tendances et les schémas d'utilisation distincts entre ces deux groupes.

Pour atteindre l'objectif voici les questions auxquelles nous devrions apporter des éléments de solution

1. En quoi les cyclistes occasionnels et les membres annuels utilisent-ils différemment les vélos Cyclistic ?
2. Pourquoi les cyclistes occasionnels achèteraient un abonnement ?
3. Comment Cyclistic peut-il utiliser les médias numériques pour inciter les cyclistes occasionnels à devenir membres ?

Pour répondre à ces questions, nous allons utiliser les données historiques de Cyclistic de 2019 et le 1^{er} trimestre de 2020 relatifs aux déplacements à vélo afin d'identifier les tendances.