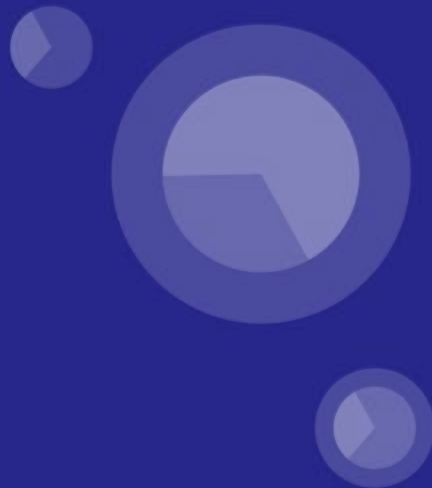




# Présentation de l'analyse des données Primero Bank





# Notre compréhension de vos enjeux

Vous avez fait appel à nous afin d'identifier les raisons des départs des clients Primero Bank.

Les enjeux sont donc d'anticiper et d'éviter une nouvelle vague de départ en comprenant les raisons pour lesquelles les clients quittent la banque.

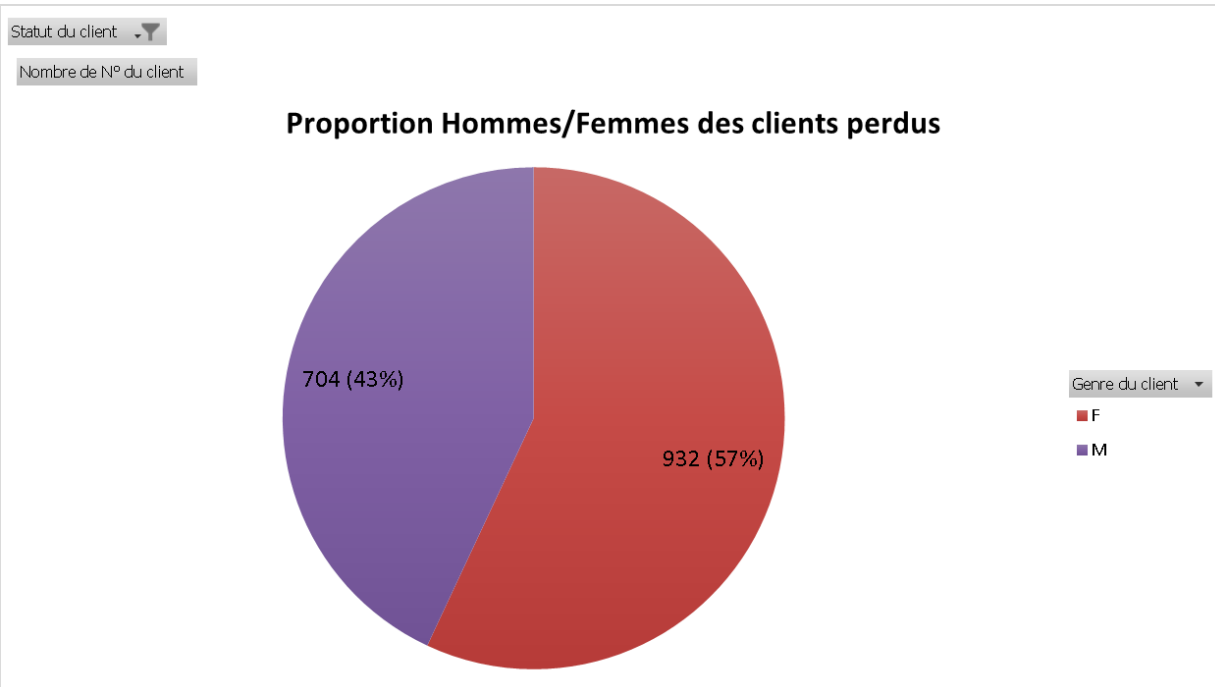
Les objectifs de cette présentation seront d'identifier le profil type des clients perdus à travers des visualisations ( Sexe, âge, revenu annuel, diplôme, et statut marital ).

Puis d'en ressortir des pistes d'analyses quant aux motifs de départ des clients.

Et enfin d'identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque



# L'analyse des données

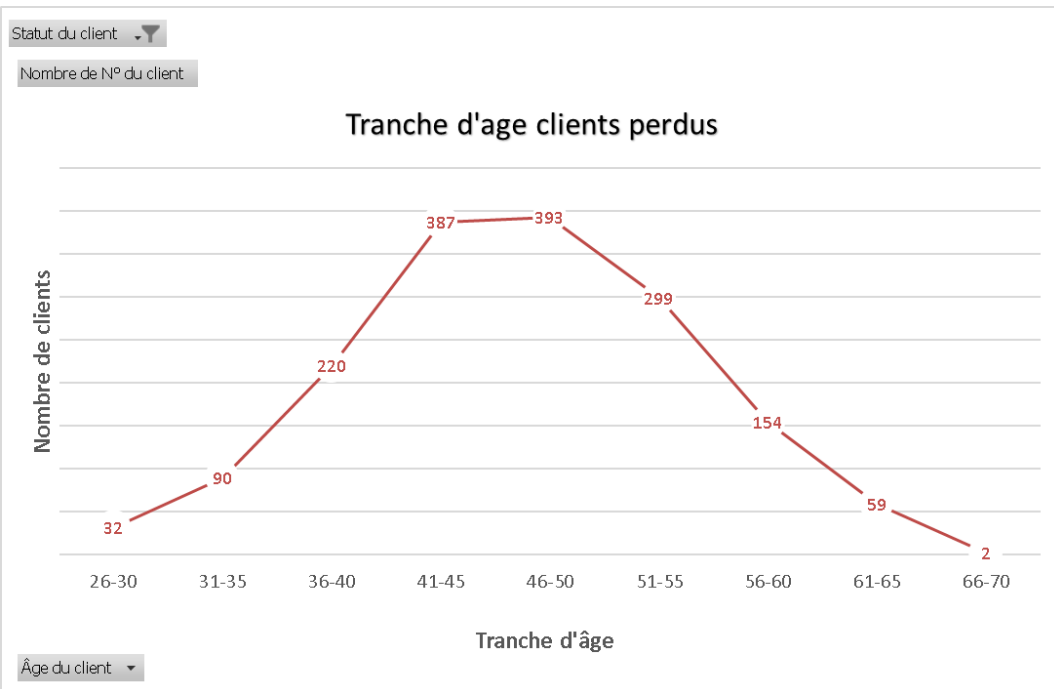


Ce graphique en secteur représente la proportion Hommes/Femmes des clients perdus.

Nous constatons que l'âge ne représente pas une caractéristique type.



# L'analyse des données



Ce graphique en courbe représente la tranche d'âge des clients perdus.

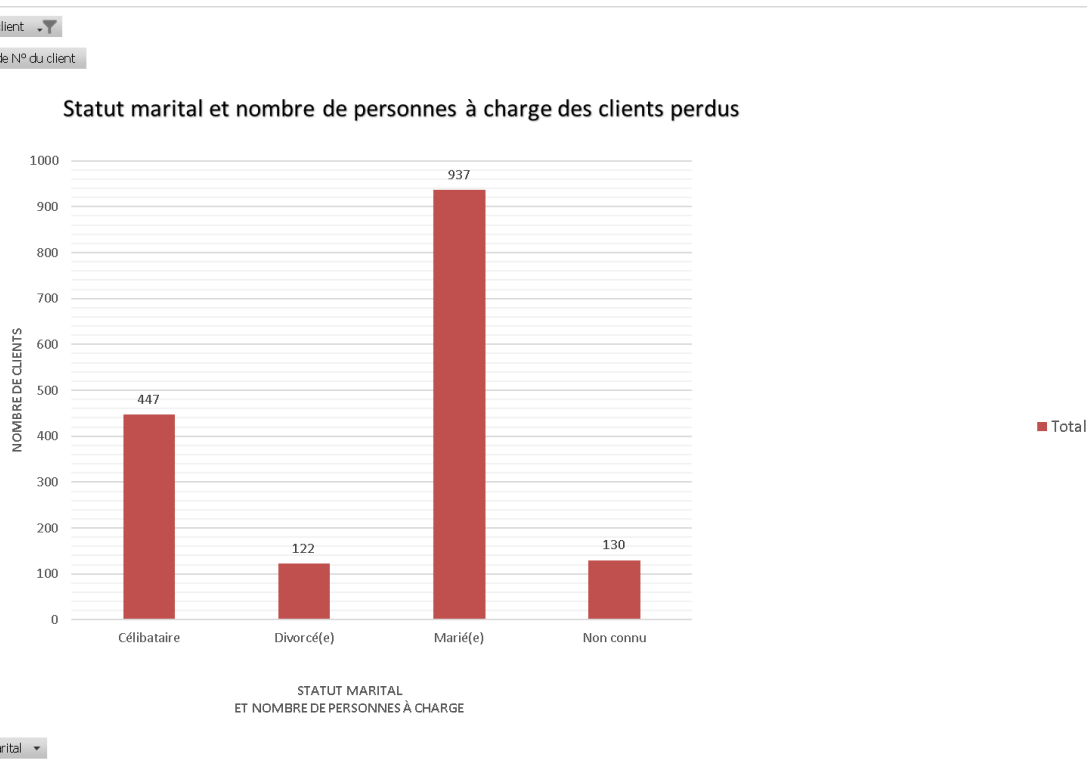
En effet nous pouvons remarquer une tendance entre 41 et 55 ans.



# L'analyse des données

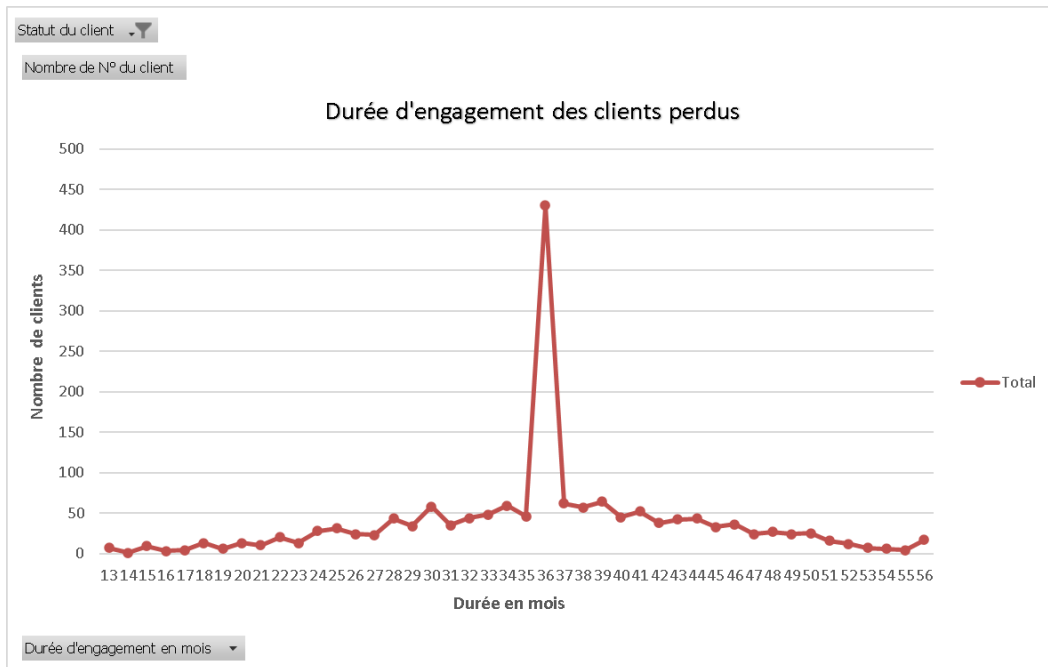
Cet histogramme représente le statut marital .

Nous pouvons constater un net pic de départ chez les clients mariés.





# L'analyse des données



Ce graphique en courbe représente la durée d'engagement des clients perdus.

Nous remarquons un net pic de départ au bout de 36 mois d'engagement avec la banque.



# L'analyse des données



Ce graphique en courbe représente la catégorie de revenus annuels des clients perdus.

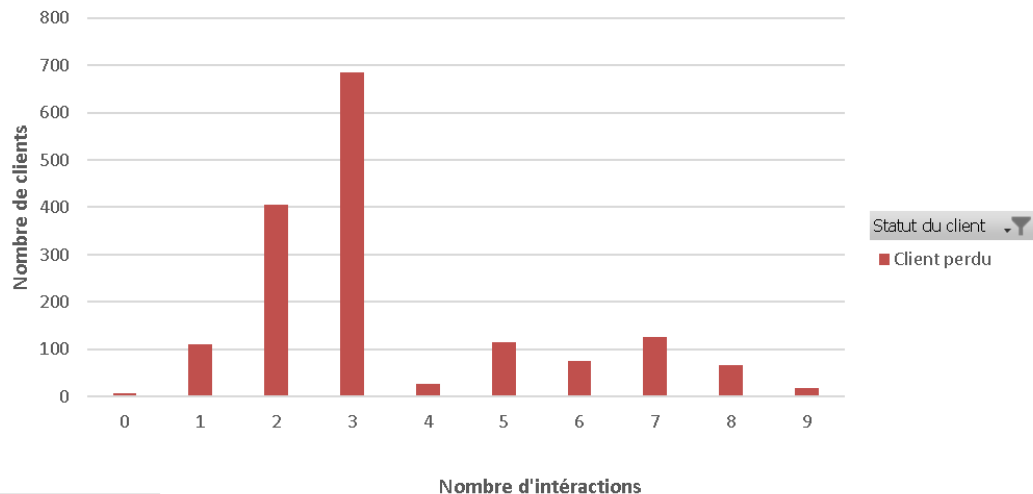
Nous remarquons que les clients perdus sont situés entre 40 et 80k.



# L'analyse des données

Nombre de N° du client

Nombre d'interactions par client perdu



Cet histogramme représente le nombre d'interactions au-delà desquelles les clients quittent la banque.

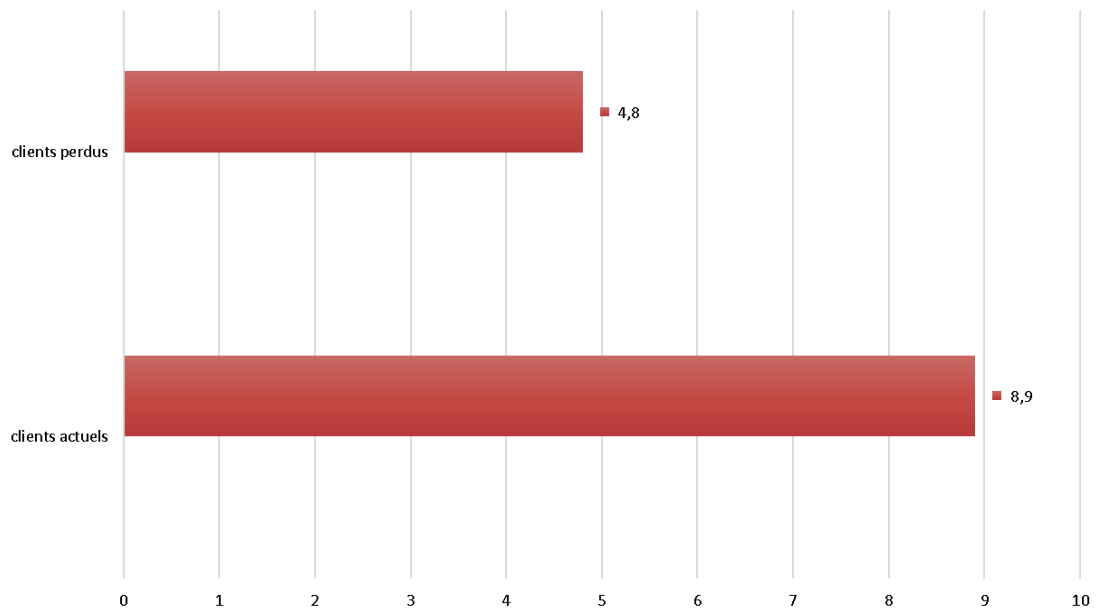
Nous constatons qu'environ 1000 clients ont quitté la banque après plus de 2 interactions avec la banque





# L'analyse des données

Moyenne du nombre d'utilisations de la carte par mois



Ce graphique en barre représente la moyenne d'utilisation de la carte par mois.

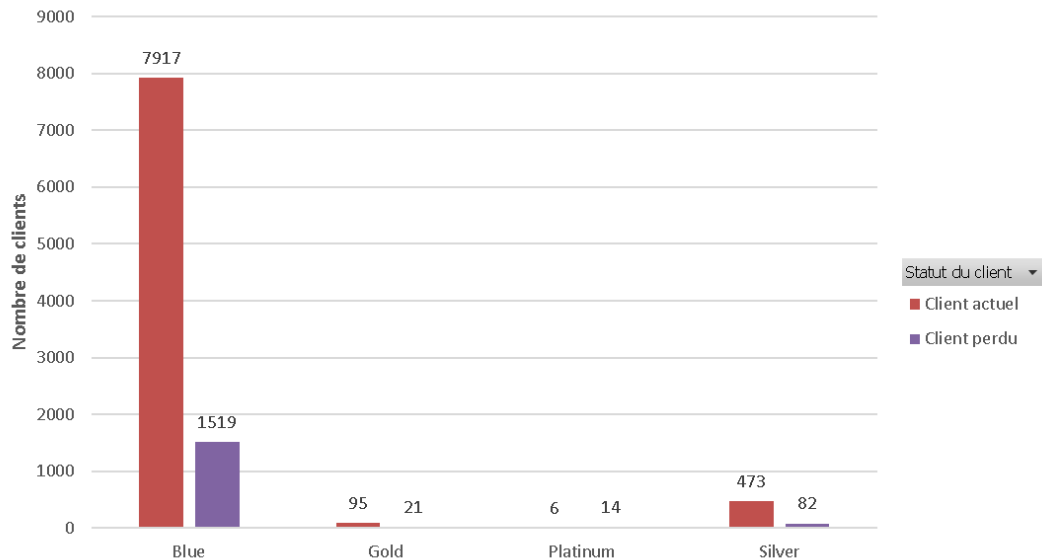
Nous pouvons constater que les clients perdus utilisaient en moyenne 2 fois moins leur carte bancaire que les clients actuels.



# L'analyse des données

Nombre de N° du client

Comparaison types de cartes entre clients actuels et clients perdus



Type de carte

Type de carte

Cet histogramme groupé représente la comparaison des contrats cartes souscrits entre les clients actuels et les clients perdus.

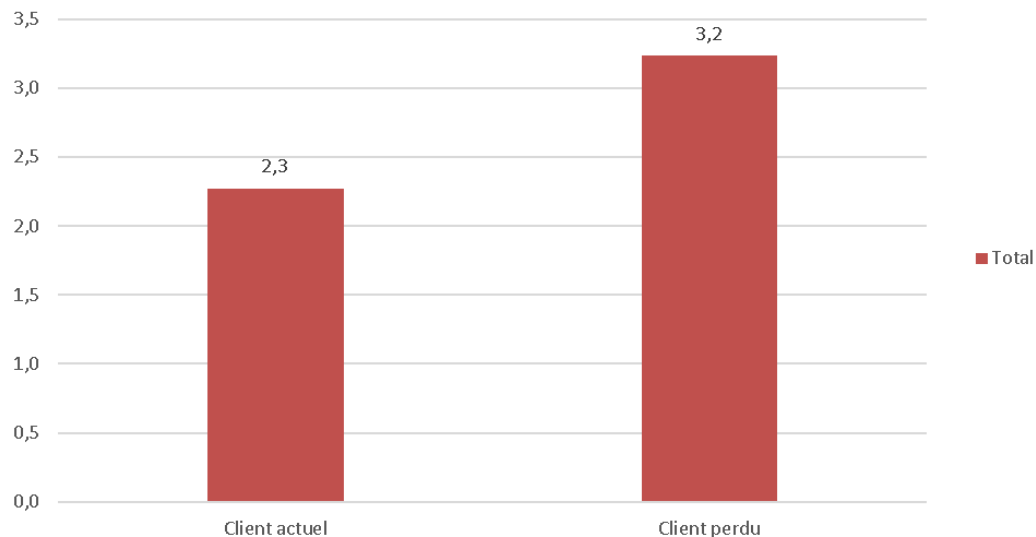
Nous constatons que le nombre de clients perdus ayant souscrits à la carte Platinum est plus élevé que les clients actuels.



# L'analyse des données

Moyenne de Nb de mois inactif

Moyenne du nombre de mois d'inactivité des clients



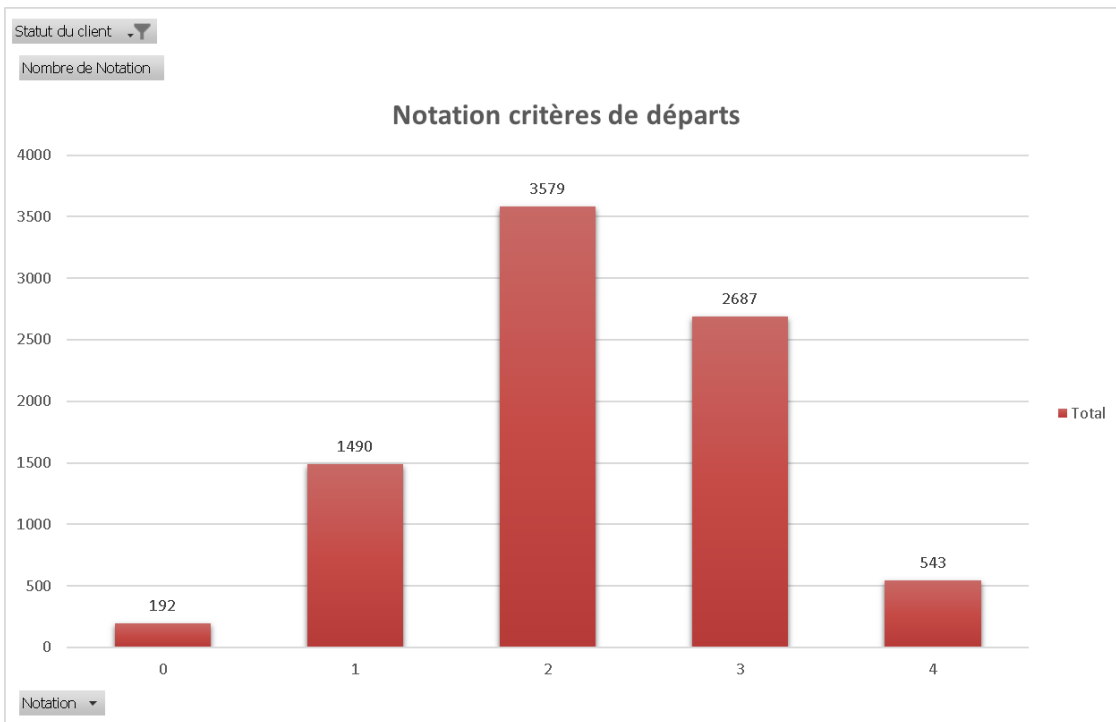
Statut du client ▼

Cet histogramme montre et compare la moyenne du nombre de mois d'inactivité des clients perdus et des clients actuels sur les 12 derniers mois.

Nous constatons que les clients perdus étaient déjà inactifs depuis environ 3 mois.



# L'analyse des données



La réalisation de colonnes conditionnelles sur mon tableau de données m'a permis d'établir un histogramme de notation pour évaluer le nombre de critères remplis des clients actuels.

Chaque note correspond au nombre de pistes d'analyses remplis.

Nous remarquons ici que 3579 clients remplissent 2 de ces critères et que 2687 en remplissent 3.



## Conclusion

- Les critères de départs choisis sont un bon indicateur pour mesurer le risque de départs.
- Le nombre de clients remplissant au moins 2 critères de départs représente plus de la moitié des clients actuels.
- Pour éviter une nouvelle vague de départ il faut impérativement revoir l'efficacité du service client afin d'améliorer la qualité des interactions.
- Veiller à ce que la qualité des contrats souscrits, notamment la carte Platinum, soit assez satisfaisante pour fidéliser les clients.
- La catégorie de revenus des clients perdus est assez élevée, il faudra donc veiller à proposer des offres adaptées à une clientèle aisée.