



# **ANALYSE DE DONNÉES PRIMERO BANK**

**Présentée par : Soumare Djibril**

# Contexte de la mission



Primero Bank est une banque 100% en ligne qui est confrontée à un départ important de ses clients. Face à cette inquiétude, Paola, la directrice marketing de la banque a confié à Mehdi, manager de ESN DATA, la mission d'élaborer un plan d'action pour éviter d'autres vagues de départs.

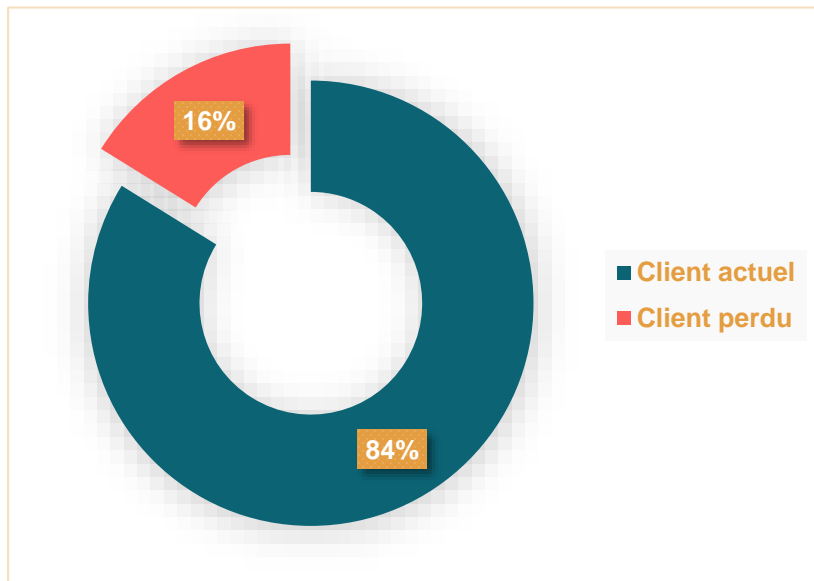
En conséquence, Mehdi ma chargé d'analyser les données clients de la banque pour comprendre pourquoi les clients quittent la banque.

En tant que business analyste, mon rôle est d'apporter des explications à ces départs en analysant les données de la Primero Bank.

Pour répondre conformément aux enjeux du client, les objectifs ci-après ont été formulés :

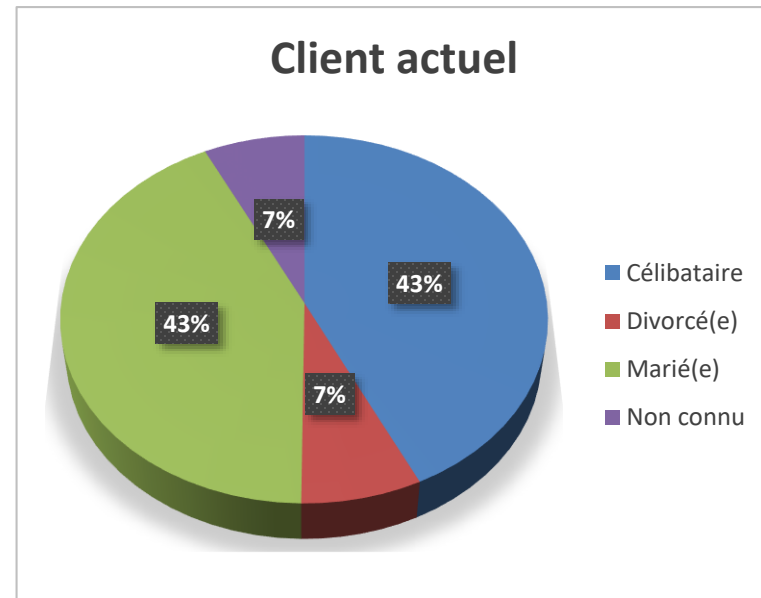
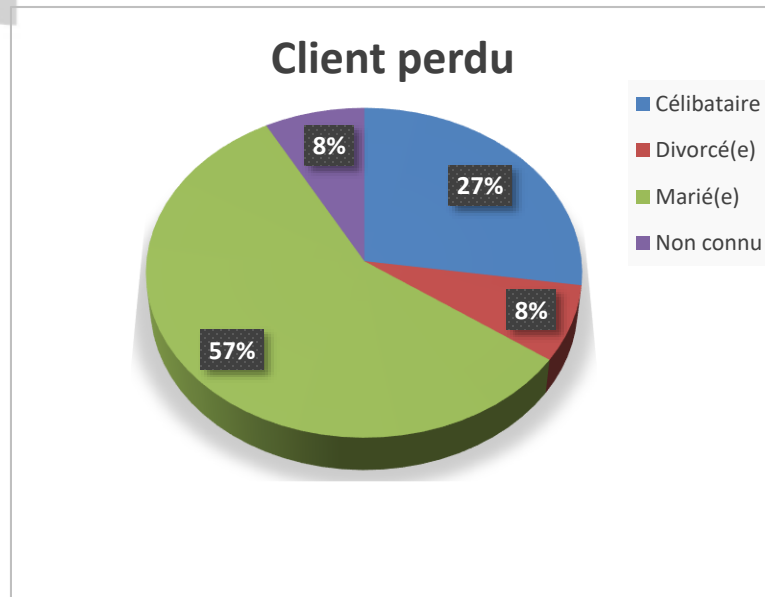
1. Identifier le(s) profil(s) type(s) des clients qui quittent la banque.
2. En déduire des pistes d'analyse sur les raisons pour lesquelles ils quittent la banque.
3. Identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque.

# Le taux d'attrition du client




Le taux d'attrition des clients perdus s'élève à 16% sur le total de 10127 clients de la banque.

## Distribution des clients partis selon l'âge



La proportion des clients mariés dans les clients qui sont partis est très importante, elle représente 57%. Par rapport aux clients actuels, elle s'élève à 43%.

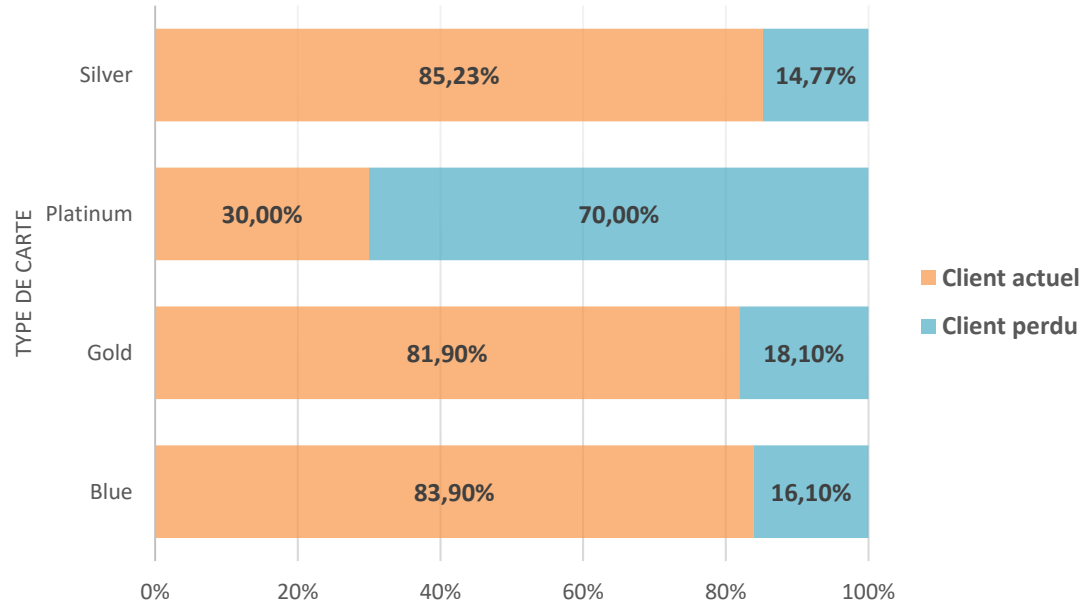
## Répartition des clients par statut marital



Tranche d'âge	Célibataire	Divorcé(e)	Marié(e)	Non connu
26-35	48	13	53	8
36-45	129	47	378	53
46-55	185	46	407	54
56-65	85	16	97	15
66-75	0	0	2	0
Total	447	122	937	130

Les clients perdus sont le plus souvent des femmes/hommes entre 35 et 55 ans dont la moyenne d'âge est de 46 ans.

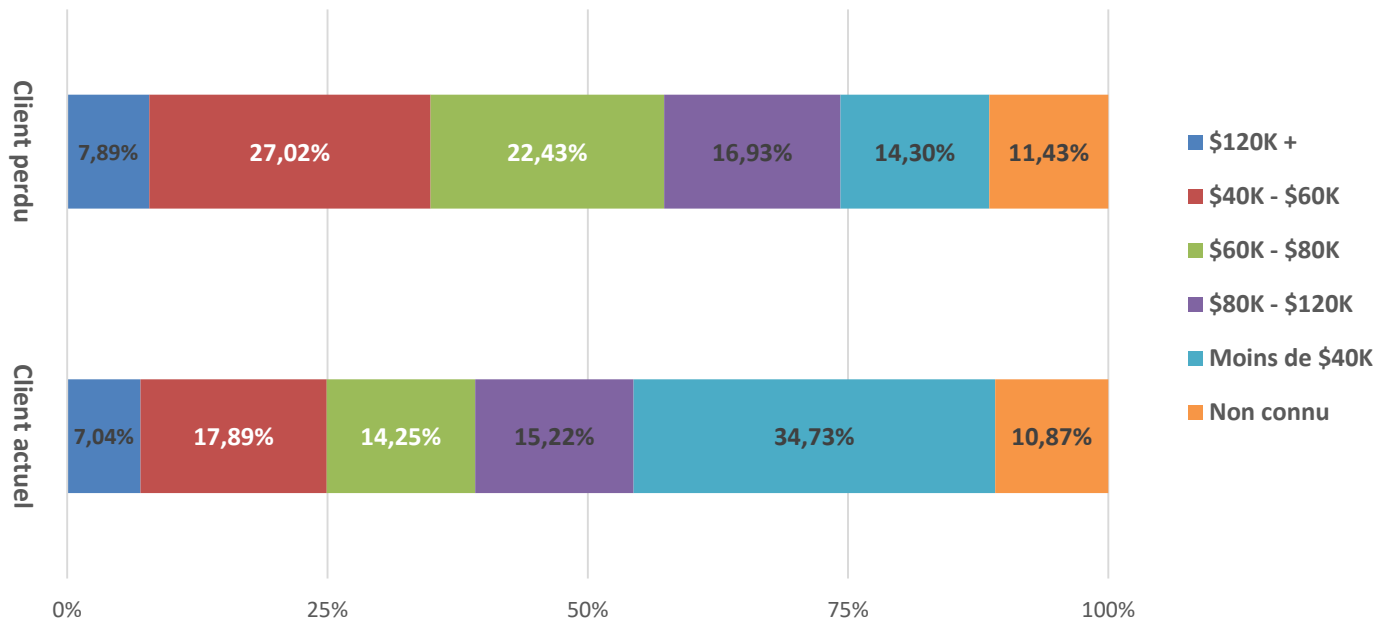
# Proportion des clients par rapport au type de carte



-Les clients perdus ayant la carte bleue constituent la grande part, avec plus 15% du client total de la banque.

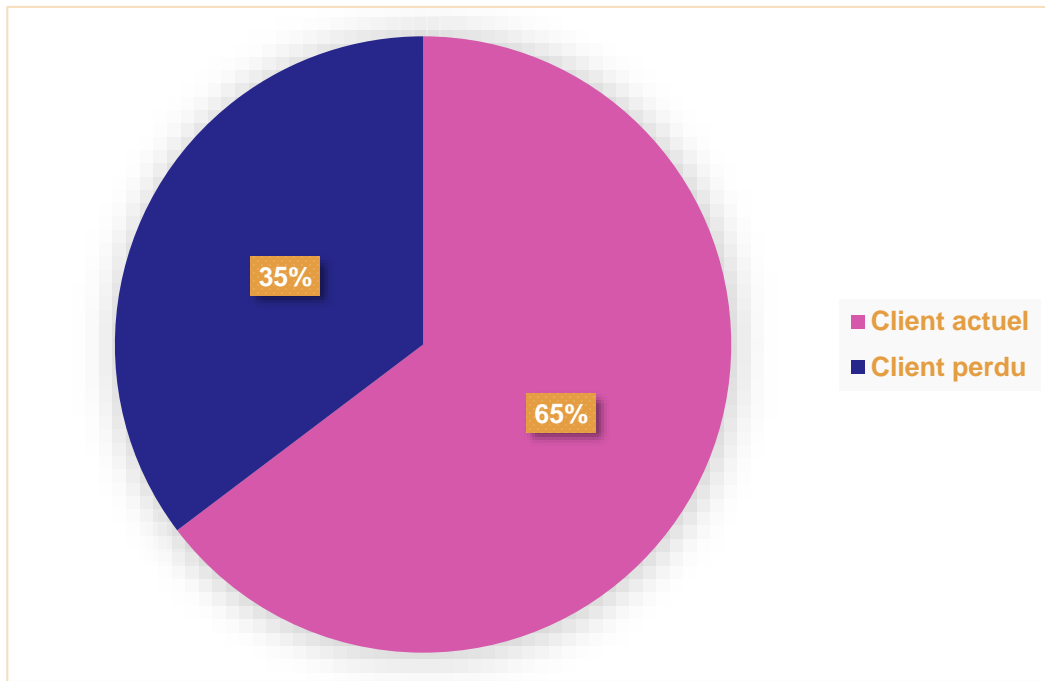
-Parmi les clients détenant la carte Platinum, 70 % de clients sont de clients perdus.

## Proportion des clients par rapport au revenu annuel



La proportion des clients dont le revenu annuel est comprise entre \$40K - \$60K, \$60K - \$80K et \$80K-\$12K constitue la plus importante part de clients qui ont quitté la banque. Elles représentent respectivement 27%, 22% et 17%. Ceux qui quittent la banque, ont donc un revenu significativement plus élevé que ceux qui restent, soit plus de 34% des clients actuels ont un revenu annuel inférieur à \$40K.

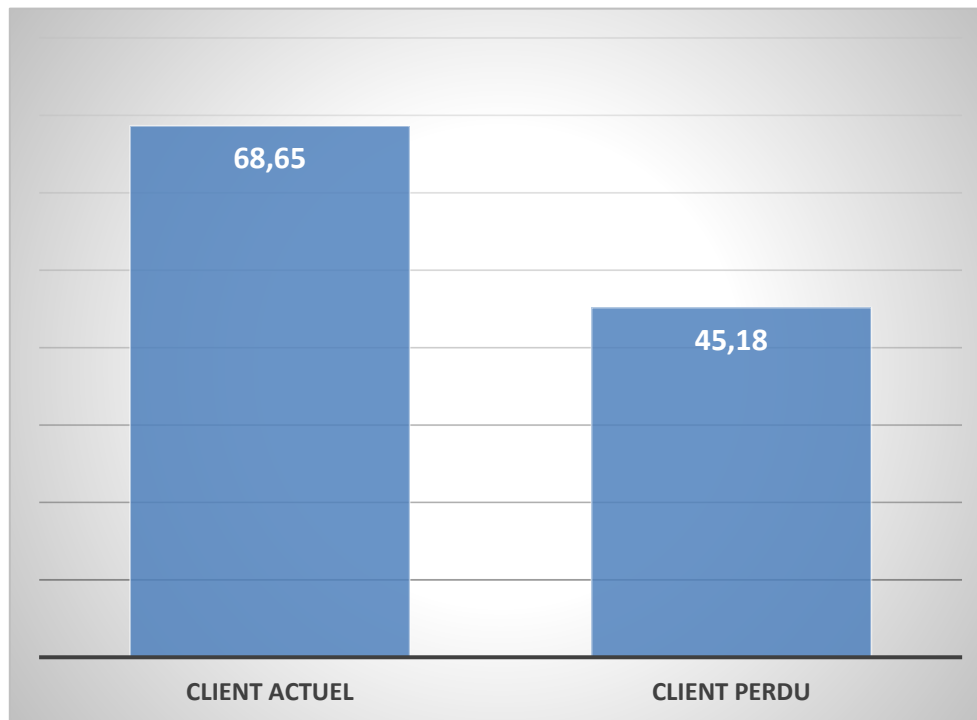
## Proportion des clients par utilisation moyenne de la carte



Les clients qui restent utilisent leur carte de paiement 2 fois à peu près que ceux qui partent.

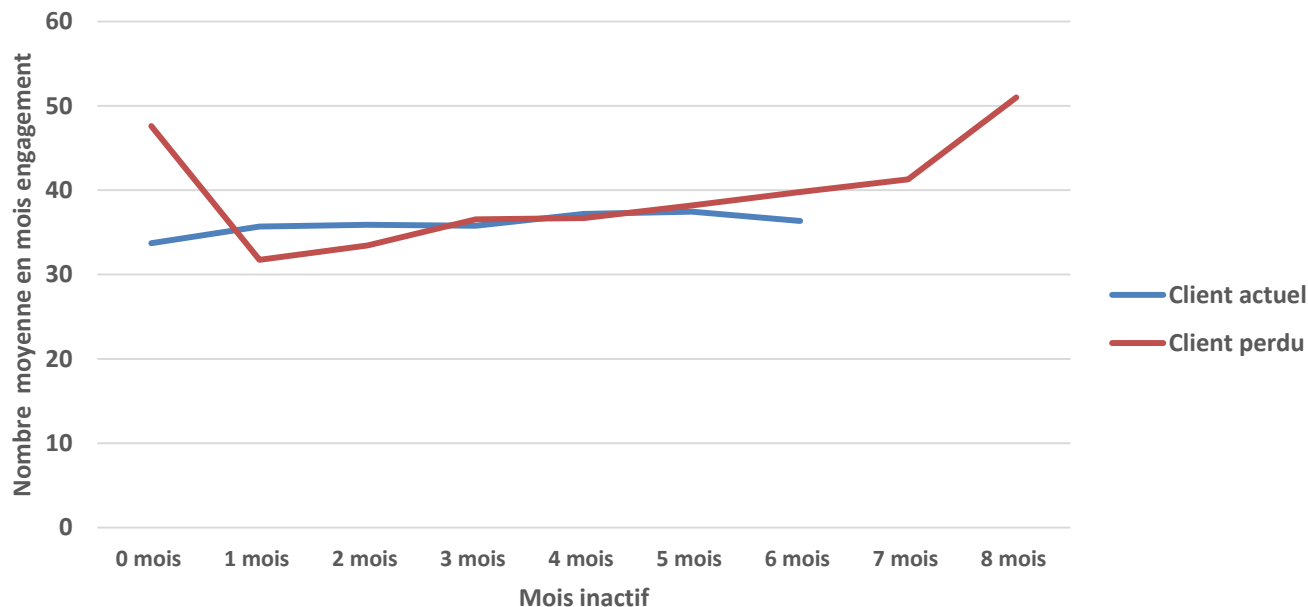


## Moyenne de nombre de transactions selon statut du client



Les clients actuels de la banque comptabilisent plus 60% de transactions.

# Proportion des clients selon Nombre de mois d'engagement et nombre de mois inactif



Les clients perdus la plus longue durée moyenne d'engagement dont elle dépasse 50 mois. Plus la durée est longue, le nombre de mois inactif est élevé.  
La durée d'engagement de clients actuels varie peu par rapport au nombre de mois inactif.



## Conclusion

Au regard des informations issues de ces analyses, on peut dire:

- Les clients perdus sont majoritairement des clients mariés dont leur âge est compris entre 35 à 55.
- Les clients perdus sont en grande partie des clients qui ont plus revenu annuel important et leur proportion est très élevée dans les 3 offres premium payantes notamment dans le Platinum.
- Les clients perdus ont eu en moyenne 3 échanges avec la banque, qu'il faudra donc les analyser pour trouver des stratégies d'amélioration des services clients.
- Il y a 1193 clients actuels qui ont eu au moins 4 interactions avec la banque, il faut prendre leur réaction pour réduire les départs de clients