

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	Gaspard-Fauvelle Angel	Date	01/03/2023
Nom du client	Primero Bank	Sujet de l'analyse	Amortir la perte de clients

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 ?

Ancienneté de Primero Bank : 5 ans.

Modèle économique :

- Banque 100 % en ligne : toutes les opérations se font depuis l'application mobile ou le site Internet de la banque qui ne dispose d'aucune agence physique.
- Pour les particuliers : propose des comptes courants, des crédits et des livrets d'épargne.
- Offre tarifaire :
 - carte bleue gratuite ;
 - 3 offres premium payantes : Silver, Gold, Platinum (cette dernière a été créée il y a 6 mois).

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.

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

III. Données : avez-vous des opérations de nettoyage à réaliser ?

Listes des opérations de nettoyage des données à réaliser	Raison pour laquelle cette opération est nécessaire
<i>Aucune</i>	<i>Aucune</i>

IV. 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.

Donnée(s)	L'information issue de la lecture de ces données	Utile pour répondre à l'objectif n° :
Le statut marital	<p>Les personnes mariées sont surreprésentées - plus de 55%- parmi les clients quittant la banque.</p> <p>Nous pouvons aussi remarquer que plus d'un quart - 28% - des profils quittant la banque sont célibataires.</p> <p>Les personnes mariées, souhaitent mettre en place des projets de vie, prendre un crédit permet de répartir les coûts afin de ne pas pénaliser les achats du quotidien. De ce fait, on se retrouve avec des clients aux revenus élevés, qui ne sont probablement pas intéressés par les offres proposées, ou bien possèdent une autre banque considérée comme principale.</p>	1, 3
Le salaire	<p>Parmi les clients perdus, nous pouvons remarquer qu'ils gagnent en majorité, au-delà des 40 000 dollars annuels.</p> <p>Ces premiers sont surreprésentés dans les tranches de 40 000 dollars à 120 000 dollars.</p> <p>Pour être plus précis, un peu plus de 1/4 touchent entre 40 000 et 60 000 dollars, 1/5ème, entre 60 000 dollars et 80 000 dollars, et enfin un peu plus de 15% entre 80 000 et</p>	1, 2, 3

	<p>120 000 dollars.</p> <p>Ce sont des personnes ayant des moyens, pouvant plus facilement se voir accorder des crédits.</p> <p>Peut-être que les offres n'étaient donc pas assez intéressantes, avec des intérêts trop élevés en comparaison de la concurrence.</p>	
L'usage quotidien de la carte	<p>Les clients perdus utilisent quotidiennement un peu moins de 2 fois moins leur cartes, que les clients actuels. Pourtant, comme vu précédemment, la plupart gagnent au-delà des 40 000 dollars annuels. Cela confirmerait dans ce cas la supposition sur la possession d'une autre banque étant principale.</p>	1, 2, 3
Le montant de crédit renouvelé mensuel	<p>Les clients perdus ne profitent qu'à 50%, comparativement aux clients actuels, des crédits. Cela pourrait induire le fait qu'ils ne restent pas dans cette banque. Cela rejoint entièrement la case salaire, dans laquelle j'émetts l'hypothèse de ne pas avoir une offre assez intéressante pour demander un crédit.</p>	1, 2, 3
Le nombre de transactions	<p>Cela représente la capacité de dépense des clients. Il se trouve que les clients perdus se retrouvent à dépenser drastiquement moins que les clients actuels.</p> <p>Si l'on prend en compte le salaire, l'usage quotidien de la carte, et le renouvellement de crédit, cela reflèterait non seulement une offre pas assez intéressante, et certainement que ces clients, auraient choisis une autre banque en tant que principal placement d'argent.</p> <p>Proposer de petites attentions telles que se charger de la partie administrative, une prime de bienvenue tel un hello bank, pourraient permettre aux clients de se sentir bien accueillis, et donc de les fidéliser.</p>	1, 2, 3

V. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
Identifier le(s) profil(s) type(s) des	Un graphique en barre, avec la proportion, étant	Cela permet de visualiser l'écart plus ou

clients qui quittent la banque et la proportion de clients actuels qui pourraient quitter la banque.	donné la différence de 8 fois le nombre de client actuels, comparés aux perdus	moins grand entre un profil et un autre. Dans chaque catégorie des critères analysés, se trouveront côte à côte la représentation des clients actuels et perdus.
--	--	--