

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	PAOLI	Date	10.11.2024
Nom du client	PRIMERO BANK	Sujet de l'analyse	Les Profils des Clients perdus de la Banque

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

Notre client **Primero Bank** est depuis 5ans une banque digitale spécialisée dans les services bancaires en ligne et en 100% dématérialisée. Elle interagit avec ses clients via une application mobile et un site Internet ; et s'adresse principalement aux particuliers. Le modèle repose pour l'instant essentiellement sur une offre de carte bancaire gratuite dite **BLEUE**.

Les enjeux principaux que rencontre **Primero Bank** sont les suivants :

D'abord celui de l'évolution de ses offres et de ses profils clients ; via la création d'une nouvelle offre payante depuis six mois, l'offre **PLATINIUM**, qui vient étoffer le catalogue des offres payante de la banque. L'entreprise cherche à attirer des profils premium, la majorité de ses clients bénéficiant jusque-là de l'offre gratuite.

Puis en analysant également la qualité et/ la suffisance des services que propose actuellement la banque, afin que celle-ci gagne des clients, tout en retenant ceux qu'elle a déjà.

Et enfin, celui de la fidélisation de sa base de client actuelle ; Primero Bank cherche à limiter les départs de ses clients afin de les fidéliser sur le long terme, d'où l'importance de bien comprendre leurs besoins et comportements pour anticiper les risques de départ.

En analysant ses données des clients, notre objectif est donc aussi de fournir un aperçu des clients « à risque ».

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 les profils types 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 : 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° :
Âge	Les clients plus âgés (notamment les 66-70 ans, avec +20% de perte) montrent un taux de départ plus élevé	1, 2, 3
Niveau de diplôme et revenu annuel	Les clients avec des diplômes avancés (Doctorat, Master) et des revenus moyens à élevés (40k-80k) partent davantage (ces catégories ont perdus chacune +20% d'effectifs)	1, 2, 3
Statut marital et nombre de personnes à charge	Les clients mariés et ceux ayant 3 personnes à charge sont également des catégories qui partent le plus ; particulièrement les mariés qui sont en valeur pure et en proportion la catégorie qui part le plus (+20% de perte)	1, 2, 3
Type de carte (Blue, Silver, Gold, Platinum)	L'offre Platinum présente un taux de départ élevé (70 %), suivi par l'offre Gold,	1, 2
Nb d'interactions avec la banque	Les clients ayant plus de 5 interactions avec la banque montrent un taux de départ accru de 50% ; puis un départ systématique à partir de 6 interactions	1, 2
Montant du crédit renouvelable	Les petits crédits (moins de 600 euros) et crédits plus élevés (à partir de 2400 euros) montrent un taux de départ plus important.	1, 2

Utilisation moyenne de la carte, nombre de transaction et inactivité	Moins les clients utilisent leur carte et font de transactions, plus ils partent, surtout ceux inactifs depuis plus de 6 mois	1, 2, 3
Durée d'engagement	Les départs augmentent après environ 3 ans d'adhésion (33-37 mois), avec un pic pour les clients de 48-52 mois,	1, 2,3

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
Montrer les profils types des clients qui quittent la banque en fonction de leur niveau de revenu et de diplôme.	Visualisation 1 et 2 Histogrammes empilés à 100 %	Ils permettent de voir facilement la proportion de départs pour chaque tranche de revenu et de niveau de diplôme, en identifiant les segments à risque.
Identifier comment la situation familiale peut influencer sur le choix du client de rester ou de partir	Visualisation 3 et 4 Histogrammes empilés à 100 % et tables	Ils mettent facilement en avant la proportion de départ selon la catégorie à laquelle le client appartient et permet d'identifier ceux qui partent ou ceux qui restent ; ainsi que le pourcentage de départ en valeur numérique pure ce qui permet d'appuyer des observations sinon peu évidentes

Identifier les tranches d'âge avec des taux de départ plus élevés.	Visualisation 5 Histogramme empilé à 100 %	Cet histogramme montre clairement la répartition des départs par tranche d'âge, permettant de repérer les groupes où les départs sont les plus fréquents.
Analyser le taux de départ en fonction du type de carte (Blue, Silver, Gold, Platinum).	Visualisation 6 Histogramme empilé à 100 %	En utilisant un histogramme empilé, on peut visualiser la proportion de départs pour chaque type de carte, en identifiant les offres les plus à risque
Observer la corrélation entre le nombre d'interactions avec la banque et le taux de départ.	Visualisation 7 Histogramme empilé à 100 %	Ce type de graphique montre l'évolution des départs selon le nombre d'interactions, illustrant des seuils critiques de satisfaction client avec des proportions précises.
Visualiser le taux de départ en fonction de la durée d'engagement des clients dans la banque.	Visualisation 8 Histogramme empilé à 100 %	L'histogramme empilé permet de voir la répartition des départs selon la durée d'engagement, révélant les périodes critiques, notamment autour de 3 ans d'adhésion.
Évaluer l'impact du montant du crédit renouvelable sur le taux de départ.	Visualisation 9 Histogramme empilé à 100 % et table	Ce graphique permet de visualiser les proportions de départs pour différentes tranches de crédit, montrant que certains montants sont plus liés aux départs ;

		Ainsi qu'une confirmation du diagnostic avec les valeurs
Identifier la relation entre l'inactivité du client (mois inactif, faible utilisation de la carte) et le taux de départ.	Visualisation 10, 11, et 12 Histogrammes empilés à 100 % et tables	Ces graphiques sont idéaux pour montrer la part des départs en fonction des niveaux d'activité, indiquant que les clients inactifs sont plus enclins à quitter
Montrer les potentiels clients sur le départ	Visualisation 13 Graphique en entonnoir	Il permet de rapidement évaluer le nombre de clients à risque par catégorie ; et donc de pouvoir identifier facilement les zones d'action à prioriser