

ANALYSE CLIENTELE

ANALYSE CAPSTONE GOOGLE
DATA ANALYTICS CERTIFICATION

Cyclistic | Kevin



SYNTHÈSE

En 2016, Cyclistic a lancé avec succès une offre de vélos en libre-service. Depuis lors, le programme s'est développé pour atteindre un parc de 5 824 vélos géolocalisés et verrouillés dans un réseau de 692 stations à travers Chicago. Les vélos peuvent être retirés à partir d'une station et retournés à n'importe quelle autre station du système, à tout moment.

Jusqu'à présent, la stratégie marketing de Cyclistic reposait sur la sensibilisation générale et l'attrait pour de larges segments de consommateurs. L'une des approches qui a contribué à rendre ces choses possibles est la flexibilité de ses plans tarifaires : pass pour une seule promenade, pass pour une journée entière et adhésions annuelles. Les clients qui achètent des abonnements pour un seul trajet ou pour une journée entière sont appelés « usagers occasionnels ». Les clients qui achètent des abonnements annuels sont des membres Cyclistic.

Les analystes financiers de Cyclistic ont conclu que les membres annuels sont beaucoup plus profitable que les cyclistes occasionnels. Bien que la flexibilité des prix aide Cyclistic à attirer davantage de clients, Lily Moreno pense que la maximisation du nombre de membres annuels sera la clé de la croissance future. Plutôt que de créer une campagne de marketing ciblant de tout nouveaux clients, Lily Moreno estime qu'il y a de très bonnes chances de convertir les usagers occasionnels en membres. Elle note que les usagers occasionnels connaissent déjà le programme Cyclistic et ont choisi Cyclistic pour leurs besoins de mobilité.

Lily Moreno a fixé un objectif clair : Concevoir des stratégies de marketing visant à convertir les usagers occasionnels en membres annuels. Pour ce faire, cependant, l'équipe d'analystes marketing doit mieux comprendre en quoi les membres annuels et les usagers occasionnels diffèrent, pourquoi les usagers occasionnels achèteraient un abonnement, et comment les médias numériques pourraient affecter leurs tactiques de marketing. Lily Moreno et son équipe souhaitent analyser les données historiques des déplacements à vélo de Cyclistic afin d'identifier les tendances.



INTRODUCTION

SCENARIO

Vous êtes un analyste de données junior travaillant dans l'équipe d'analystes marketing de Cyclistic, une société de vélos en libre-service à Chicago. Le directeur du marketing estime que le succès futur de l'entreprise dépend de la maximisation du nombre d'adhésions annuelles. Par conséquent, votre équipe veut comprendre comment les cyclistes occasionnels et les membres annuels utilisent les vélos Cyclistic de manière différente. À partir de ces informations, votre équipe concevra une nouvelle stratégie marketing pour convertir les usagers occasionnels en membres annuels. Mais d'abord, les dirigeants de Cyclistic doivent approuver vos recommandations, qui doivent donc être étayées par des aperçus de données convaincants et des visualisations de données professionnelles.

PERSONNAGES ET EQUIPES

- Cyclistic
- Équipe d'analytique marketing Cyclistic
- Équipe de direction Cyclistic
- Lily Moreno : La directrice du marketing

DEMANDER

Trois questions guideront le futur programme de marketing :

1. Quelles sont les différences d'utilisation des vélos Cyclistic entre les membres annuels et les cyclistes occasionnels ?
2. Pourquoi les cyclistes occasionnels achèteraient-ils des abonnements annuels à Cyclistic ?
3. Comment Cyclistic peut-elle utiliser les médias numériques pour influencer les cyclistes occasionnels à devenir membres ?

Lily Moreno vous a assigné la première question à laquelle vous devez répondre : Quelles sont les différences d'utilisation des vélos Cyclistic entre les membres annuels et les cyclistes occasionnels ?

Plusieurs hypothèses peuvent être étudiées:

- Il y a t'il des jours ou période de l'année ou l'utilisation du service est le plus sollicité?
- Il y a t'il des stations très fréquenté pour un type particulier?
- Il y a t'il un type de vélo plus utilisé qu'un autre?
- Le temps d'utilisation différencie t'il le type d'utilisateur?

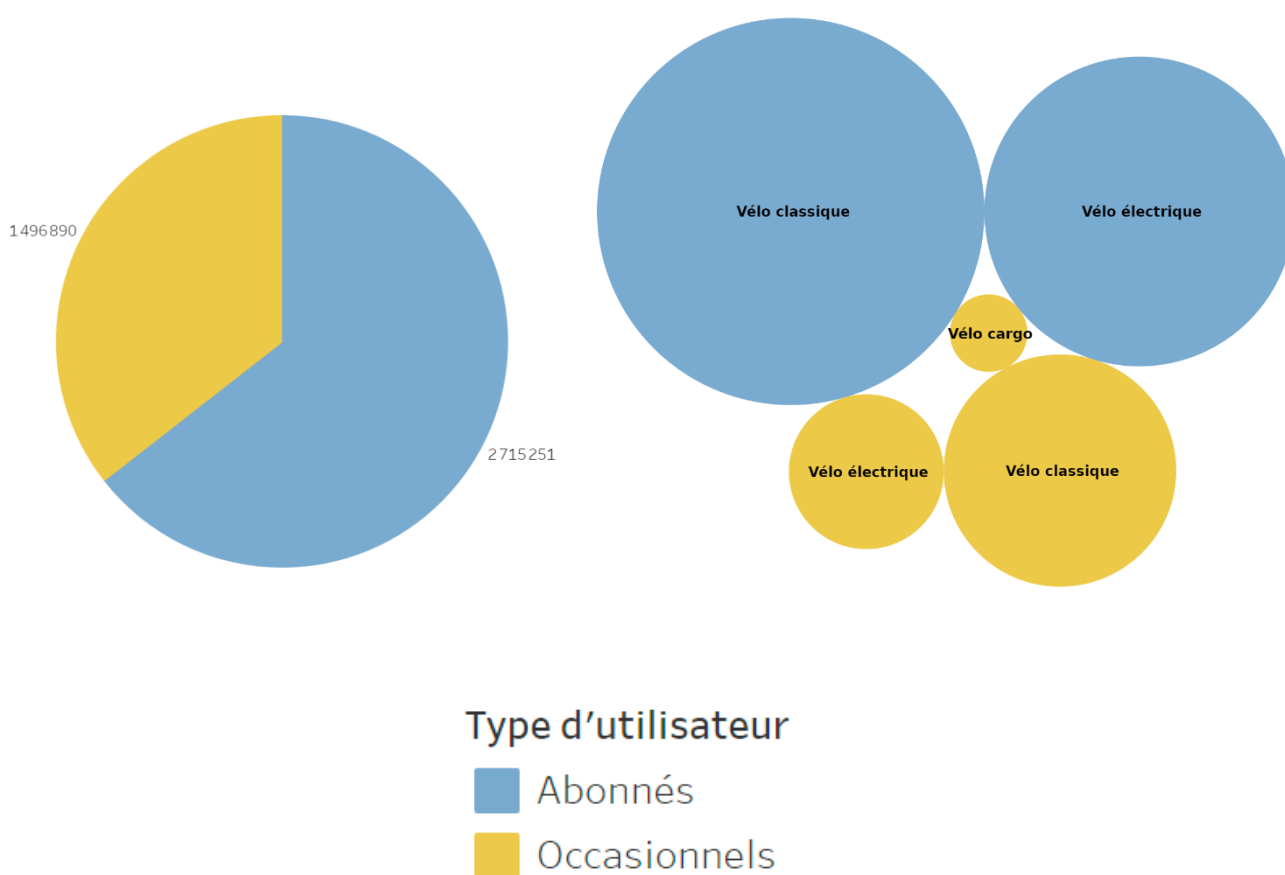
ANALYSE

Répartition des utilisateurs

Nous avons repertorié 4 212 141 locations de vélo sur la période 2023.

Prêt d'1/3 des locations provient de **clients occasionnels**.

Le **vélo classique domine** le marché locatif suivi du vélo électrique.



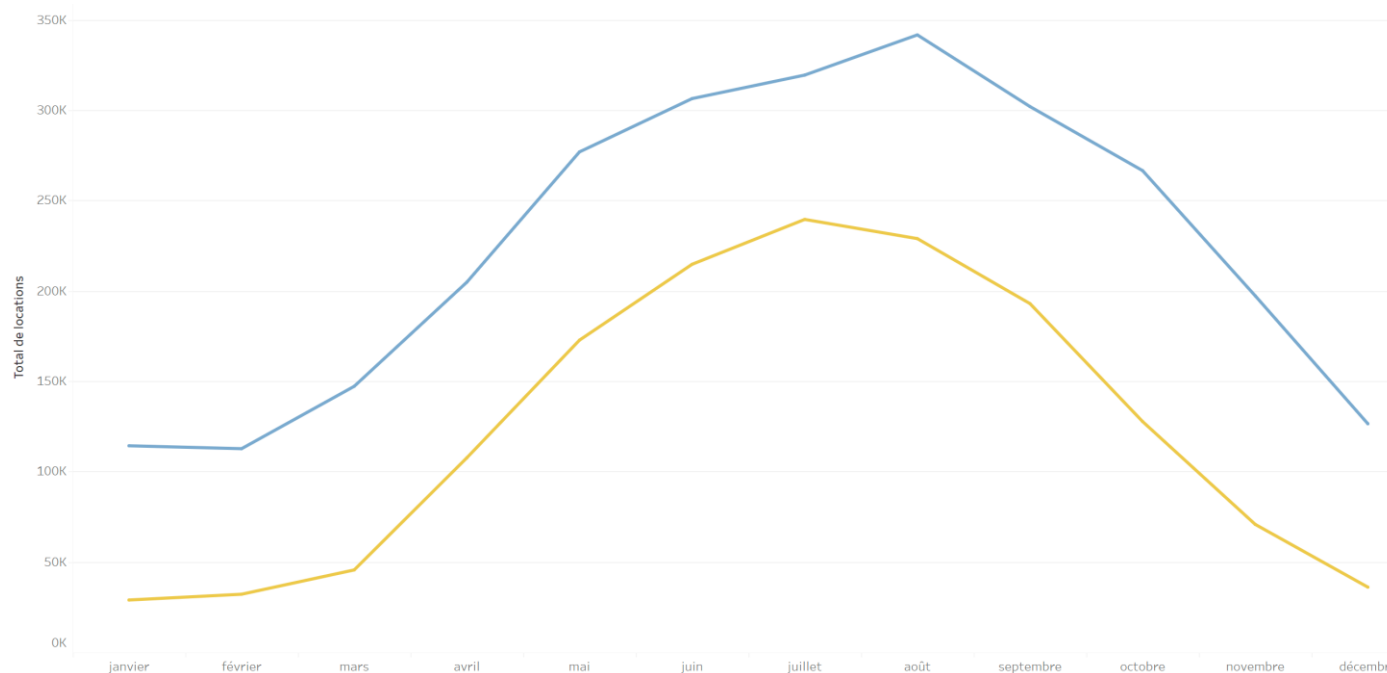


Histogramme des locations 2023

Le service de location Cyclistic loue le plus de vélo durant la **période estival**.

A partir de Avril et jusqu'au mois d'Octobre nous pouvons constater une forte augmentation du service par les 2 types d'utilisateur.

Nous rencontrons un pic d'utilisation au mois d'Aout pour les abonnés et au mois de Juillet pour les clients occasionnels.

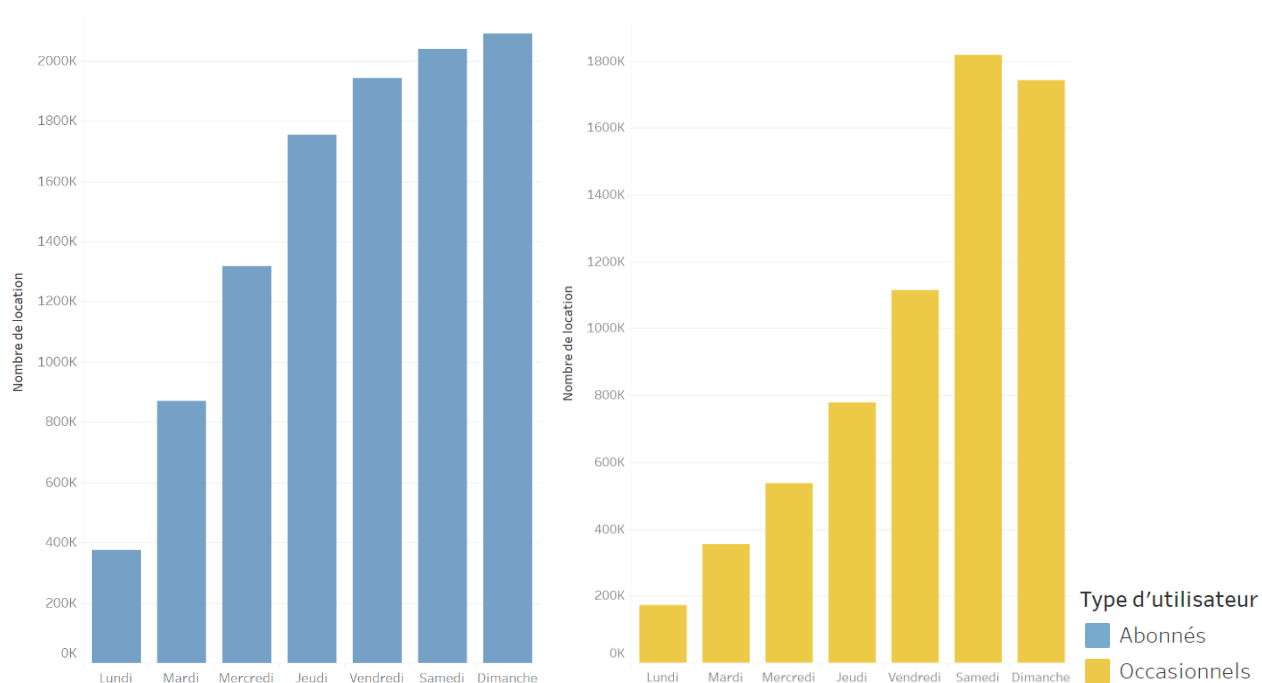




Quel jours sont les plus sollicités ?

Les abonnés utilisent les vélos principalement en fin de semaine (du **jeudi au dimanche**).

Les clients occasionnels ont une nette préférence d'utilisation le **weekend**.



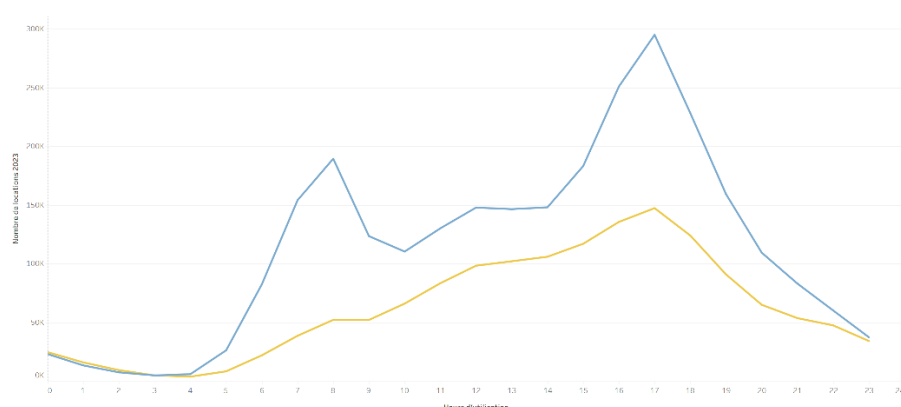


Si nous examinons les horaires d'utilisation nous pouvons constater **une utilisation différente du service.**

Les clients abonnés ont 2 plages d'utilisation alors que les clients occasionnels augmentent leur utilisation au fil de la journée.

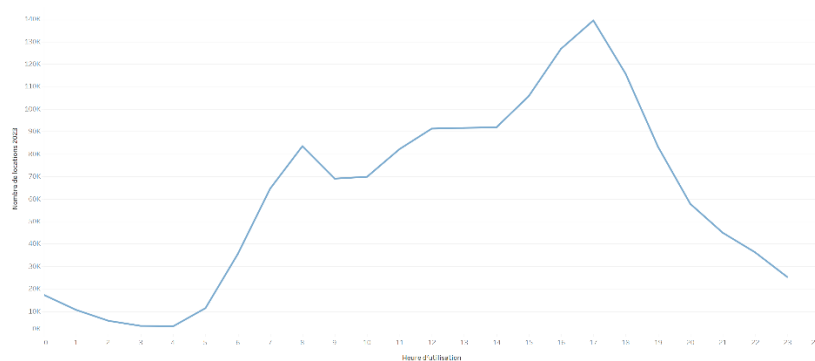
Les clients abonnés, **en fin de semaine**, ont toujours 2 plages horaires (6h-9h) une le matin et une l'après-midi (15h-19h).

Les clients occasionnels, **le weekend**, ont une utilisation forte du service sur la journée de 9h à 19h.

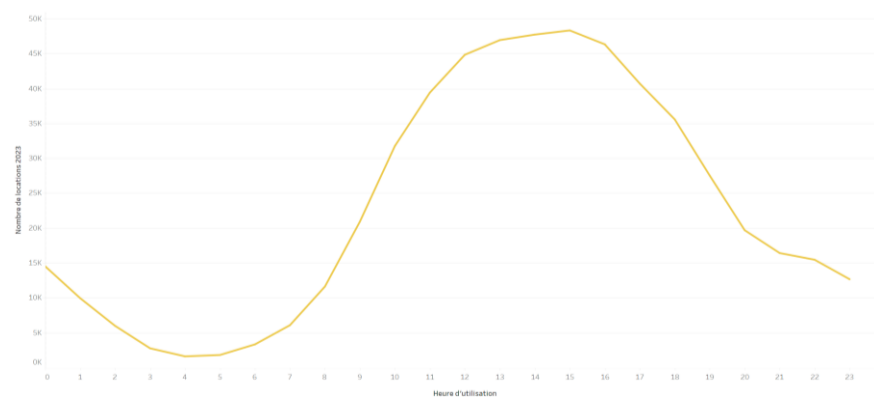


Type d'utilisateur

- Abonnés
- Occasionnels



Horaire d'utilisation en 2em partie de semaine



Horaire d'utilisation en weekend

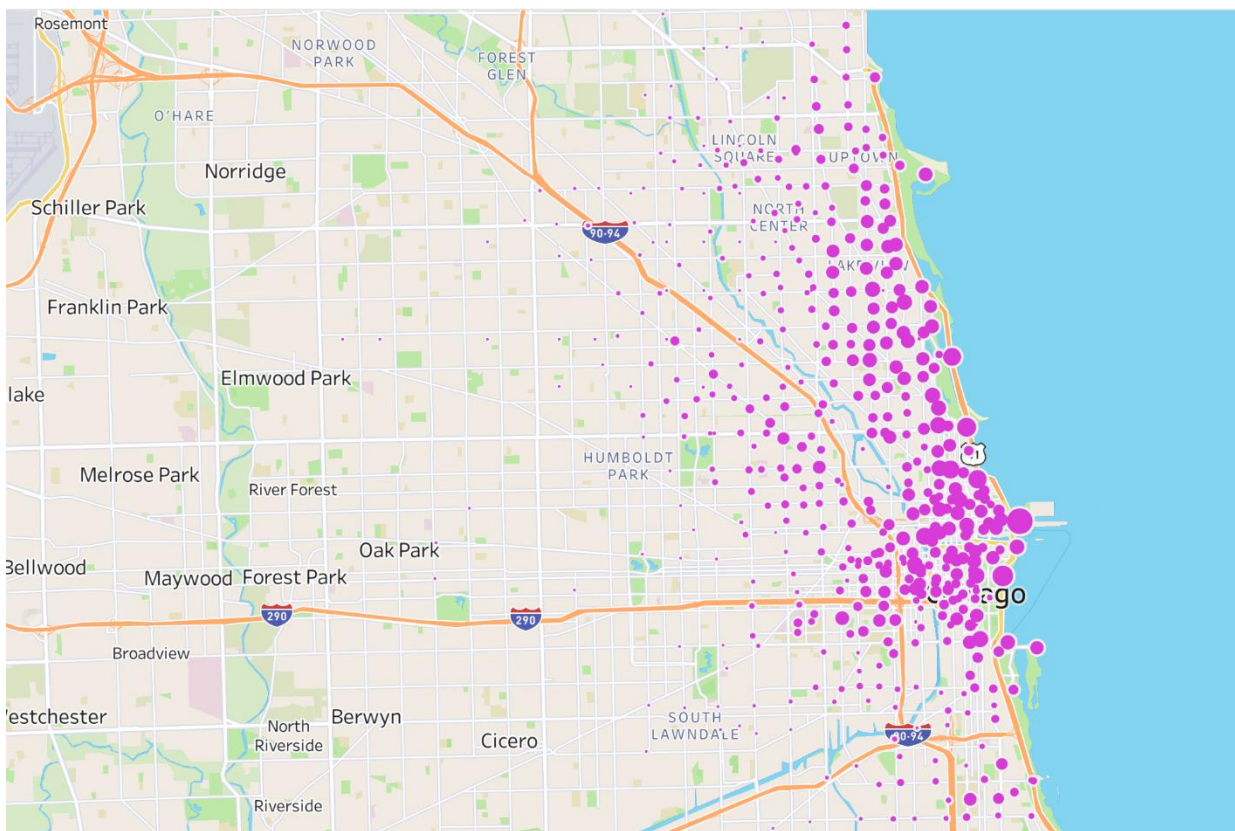
Carte des stations

Le service de location Cyclistic loue le plus de vélos le plus proche du **centre de Chicago**.

La zone s'étend le long de la côte en commençant au nord au quartier Uptown jusqu'au sud au quartier Oakland.

Les deux types d'utilisateurs ont sensiblement le **même secteur géographique**.

Carte fréquentation stations





CONCLUSION

Suite à cette analyse nous pouvons constater que les clients abonnés et occasionnels ont des différences d'utilisation du service proposé par la société Cyclistic.

Seul le type de vélo utilisé, la localisation et la période d'utilisation dans l'année sont communes. Cependant, les horaires et jours d'utilisation sont différents.

Nous pouvons explorer plusieurs pistes afin de convertir les clients occasionnels en clients abonnés :

- Créer une période d'abonnement sur la période **Avril à Octobre**.
- Créer un abonnement spécifique pour **les stations en centre ville** qui sont les stations les plus fréquentées du réseau de Cyclistic.
- Créer un abonnement suivant un temps d'utilisation journalier **entre 9h et 19h**.
- Créer un abonnement **weekend**.
- **Combiner** plusieurs des recommandations

A la suite des recommandations appliquées, une nouvelle analyse de la progression de conversion de client occasionnel en client abonné sera nécessaire.



ANNEXE

Ci-joint les différents liens permettant de compléter cette analyse

Lien visuels interactif <https://public.tableau.com/app/profile/kevin.richefeu/viz/Classeurcyclistic/Histoire1>

Lien process d'analyse <https://github.com/K3vinr974/Cyclistic-certification-Google/blob/main/README.md>

Lien base de données <https://divvy-tripdata.s3.amazonaws.com/index.html>

Lien licence d'utilisation des données <https://divvybikes.com/data-license-agreement>