

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	Morgan FREGER	Date	01/03/2023
Nom du client	Primero Bank	Sujet de l'analyse	Perte de clients

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
Supprimer la ligne n°1 qui est vide	Ligne inutile car elle ne contient pas de données
Données manquantes (intitulé « non connus ») dans les colonnes : - Niveau de diplôme - Statut Marital - Niveau de revenus	Ces données seront prises en compte dans l'analyse (car ne dépasse pas 10% de l'échantillonnage) mais la banque devra résoudre ce problème afin d'avoir une analyse plus pertinente.

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° :
- Statut Marital - Statut des clients - Somme n° client	Permet de comparer la proportion en fonction du statut marital chez les clients : - proportion de clients divorcés et dont le statut n'est pas connu quasi égaux. - +15% de célibataires chez les clients actuels - +15% clients mariés chez les clients perdus	1 / 2 / 3
- Niveau de revenus annuel - Statut des clients - Somme n° client	Permet de comparer la répartition en fonction du niveau de revenus annuel chez les clients : - +18% de \$40K/\$80K chez les clients perdus. - +20% de -\$40K chez les clients actuels	1 / 2 / 3
- Type de carte - Statut des clients - Somme n° client	Permet de comparer la proportion de clients actuels et perdus en fonction de leur type de carte : - entre 15 et 18% clients perdus sur les offres Blue Gold et Silver - 70% clients perdus sur l'offre Platinum	1 / 2 / 3
- Nb d'interactions - Statut des clients	Permet de comparer la moyenne des interactions entre la banque et les clients sur les 12 derniers mois : - 3,48 (perdus) contre 2,36 (actuels)	1 / 2 / 3

- Utilisation moyenne de la carte - Statut des clients	Permet de comparer la moyenne d'utilisation journalière de la carte par les clients : - utilisation 2x plus importante chez les clients actuels que chez les clients perdus.	1 / 2 / 3
- Montant du crédit renouvelé - Statut des clients	Permet de comparer le montant moyen du crédit renouvelé chaque mois par les clients: - montant presque 2x plus élevé chez les clients actuels (1256€ contre 679€)	1 / 2 / 3
- Nb de transactions - Statut des clients	Permet de comparer le nombre de transactions réalisées au cours des 12 derniers mois par les clients : - clients actuels réalisent 50% de + de transactions que les clients perdus.	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
<u>Objectif 1 :</u> Prouver que les clients ayant une carte Platinum sont ceux qui quittent le plus la banque en proportion.	<u>Visualisation 1 :</u> Histogramme empilé 100%	L'histogramme empilé permet de voir directement la répartition des clients par type de carte et de comparer la proportion par statut client.
<u>Objectif 2 :</u> Prouver que la proportion de clients mariés est bien plus importante chez les clients perdus que chez les clients actuels.	<u>Visualisation 2 :</u> Histogramme groupé	L'histogramme groupé permet une visualisation instantanée des différents statuts maritaux et de leurs proportions en fonction des statuts clients. La comparaison est donc facilitée.
<u>Objectif 3 :</u> Prouver que les revenus entre \$40K et \$80K sont ceux qui quittent le plus la banque.	<u>Visualisation 3 :</u> Barres empilées 100%	Les barres empilées permettent une visualisation immédiate de la répartition des clients par niveau de revenus en fonction de leur statut

<u>Objectif 4 :</u> Prouver que les clients perdus ont eu beaucoup plus d'interactions avec la banque que les clients actuels.	<u>Visualisation 4 :</u> Secteur anneau	Le graphique secteur anneau permet une visualisation instantanée de la moyenne des interactions en fonction des statuts clients. La comparaison est donc facilitée.
<u>Objectif 5 :</u> Prouver que les clients perdus utilisaient en moyenne 2x moins leurs cartes que les clients actuels.	<u>Visualisation 5 :</u> Barres groupées	Les barres groupées nous permettent de visualiser immédiatement la différence de moyenne d'utilisation de la carte en fonction des statuts clients.
<u>Objectif 6 :</u> Prouver que les clients perdus réalisent moins de transactions que les clients actuels.	<u>Visualisation 6 :</u> Barres groupées 3D	Les barres groupées nous permettent de visualiser rapidement l'écart du nombre de transactions en fonction des statuts clients.
<u>Objectif 7 :</u> Prouver que les clients perdus avaient un montant moyen de crédit renouvelé 2x moins important que les clients actuels.	<u>Visualisation 7 :</u> Secteur	Le graphique secteur nous permet de visualiser en un coup d'œil la différence de montant de crédit renouvelé en fonction des statuts clients.