**Rapport d’analyse – Primero Bank**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nom du rédacteur** | Leo Morel | **Date** |  |
| **Nom du client** |  | **Sujet de l’analyse** |  |

|  |
| --- |
| **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. |

1. **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, Platinium (cette dernière a été créée il y a 6 mois). |

1. **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. |

1. **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** |
| Mettre la liste de données sous forme de tableaux Excel | Mettre les données sous formes de tablés permet d’instaurer des filtres dans les colonnes pour pouvoirs filtrer les éléments notamment pour voir uniquement les clients perdus par exemple |
| Suppression de colonne et de lignes | Cette action est surtout utile pour un confort visuel, car elle permet de voir que les éléments que l’on a besoin et enlever les éléments superflus. |

1. **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 nombres de mois d’inactivités | Le nombres de mois ou le client n’a pas effectuer une opération sur les 12 derniers mois | 1 |
| Le nombre d’utilisation moyenne de la carte par type de client | Montre la moyenne d’utilisation de la carte par les clients actuels et perdus montrant qui ne se sert presque pas de la banque | 2 |
| Nombres de mois d’inactivité | Permet de calculer la proportion des clients actuels avec un nombre de mois d’inactivités supérieur à la moyenne | 3 |

1. **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** |
| ***Objectif 1***  Montrer que les clients perdus ont une moyenne de d’inactivité supérieur aux client actuels | **Visualisation 1**  Graphique par segment montrant la différence entre les types de clients (actuels, perdus), avec pour critères le nombre de mois d’inactivités | Le graphique permet de voir concrètement la différence d’activité entre les clients actuels de la banque et les clients perdus.  On peut aussi utiliser ce graphique pour monter que les clients actuels utilisent plus le carte que les clients perdus |
| **Objectif 2**  Montrer que l’utilisation moyenne de la carte chez les clients perdus est plus élevée que chez les autres clients | **Visualisation 2**  Graphique en cercle montrant la proportion que représente la proportion du type de clients qui utilise le plus la carte | Ce graphique montrant la proportion de l’utilisation de la carte permet d’identifier que les clients que la banque a perdus représente une petite partie de l’utilisation globale de la carte |
| **Objectif 3**  Montrer la proportion des clients actuel qui pourrais partir de la banque | **Visualisation 3**  Graphique en cercle pour montrer la proportion des clients actuel de la banque qui seraient susceptibles de partir | Ce graphique à pour but de montrer que peut représenter la proportion des clients actuel de la banque qui pourrais partir pour voir comment elle pourrait adapter ces offres, services, … |