**Rapport d’analyse – Primero Bank**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nom du rédacteur** | MOHAMED YEHDIH Neyna | **Date** | 12 /04 /2024 |
| **Nom du client** | Primero Bank | **Sujet de l’analyse** | |  | | --- | | Mission analyse de données Primero Bank | |

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 : 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 du client | Le nombre total de client est 10127 parmi ces clients il y a 8491 de clients actuels et 1636 de clients perdus ce qui fait 16,15% de clients perdus contre 83,85% de clients actuels. | 1 |
| Age du client | Les clients âgés de 30 ans et plus ont tendance a quitté la banque (16,67%) plus que les jeunes de moins de 30 ans la banque est totalement en ligne, ce qui peut constituer un frein pour les clients les plus âgées. | 1 ,2 et 3 |
| Genre du client | Les femmes sont plus susceptibles de quitter la banque avec un pourcentage de 17,39% contre 14,76% chez des hommes.  Les femmes ont moins de disponibilité compte tenu leurs charges familiales en plus de leurs occupations professionnelles | 1,2 |
| Nb de personnes à charge | Il parait que le nombre de personnes à charge ne pas de fait sur les clients qui partent car il n’y a pas de tendance significative de pourcentage de clients perdus, il est souvent entre 14% et 17% quel que soit le nombre de personnes à charge. | 1 |
| Niveau de diplôme | Les clients ont un niveau d’étude supérieure (Doctorat 21,29%, Master 18,22%) ont tendance à partir, alors que les clients avec une autre catégorie de diplôme ou leurs niveaux d’étude est inconnue quittent moins facilement la banque avec un pourcentage qui varie entre 15% et 17%. | 1 |
| Statut marital | Il semble que les mariés se sont les clients qui quittent les plus la banque avec un pourcentage de 57,27%.  Le départ des clients mariés s’explique par le fait que les services destinés à cette catégorie de clients ne sont pas à la hauteur de leurs attentes. (Crédit, financement de projets...etc.). | 1,2 |
| Catégorie du revenu annuel | Les clients ont un revenu entre 40K-60K (22,54%) et 60K-80K (23,27%) quittent plus la banque que les autres catégories de revenus.  Les clients le moins concernés par le départ se sont les clients avec un revenu annuel moins de 40K (7,35%).  Les services orientés vers cette catégorie de clients ne sont pas adaptés. | 1,2 |
| Type de carte | Les clients ont une carte Platinum quittent plus facilement la banque (70%), mais malgré ça cette carte présente très peu des clients (0,20%) ce qui fait que ce n’est pertinent pour les analyses.  Ce qui peut résulter du fait que les services associés à cette carte ne répondent aux attentes de clients. | 1,2 |
| Durée d'engagement en mois | Les clients perdus ont un pourcentage varie entre 14,99% et 16.95% peut n’importe le nombre de mois d’engagement ce qui ne donne pas un indicateur significatif de départ de clients.  Donc il semble que la durée d’engagement n’a pas beaucoup de effets sur le départ de clients. | 1 |
| Nb de mois inactif | Plus le nombre de mois inactif augmente plus que les clients quittent la banque.  5,17% de clients partent au bout de 2 mois d’inactivité, et à partir de 4 mois d’inactivité la banque perd 44,11% de clients.  Les clients ne sont pas familiarisés avec les services en ligne ou ont des comptes dans d’autres établissements bancaires. | 1,2 |
| Nb d'interactions | Plus que le client interagir avec la banque plus le risque de partir augmente.  Nombre d’interactions <2, la banque perd 10,20% de clients, entre 3-5 perd environ 17,52%, et à partir de 6 interactions tous les clients quittent l’établissement.  Les clients ne sont pas satisfaits des services d’échange avec la banque. | 1,2 |
| Montant crédit renouvelé | Il semble d’après l’analyse que le client qui n’a pas de crédit ou ayant un faible crédit renouvellé quitte plus facilement la banque.  Montant de crédit renouvellé : = 0 (36,15%) de départ, >1000= 18,64% de départ.  La politique du crédit à la consommation n’est pas adaptée ou les concurrents proposent des conditions plus avantageuses.  Par contre il semble que le crédit orienté vers la catégorie suivant est plus adapté et compétitif (le montant de crédit renouvellé est entre 1000-2000= 4,82% de clients perdus). | 1,2, |
| Nb de transactions | Plus les transactions augmentent plus le risque de quitter la banque diminue.  Le nombre de transactions inférieure à 40 le pourcentage de client perdus est de 30,13%, entre 40 et 70 de transactions le pourcentage de client perdus diminue (26,10%), arriver à 129 transactions le risque qu’un client quitte la banque égale à 0.  Les clients probablement ne sont pas à l’aise avec le service en ligne ou possèdent des comptes ailleurs. | 1 ,2 et 3 |
| Utilisation moyenne de la carte | Les clients perdus ont une utilisation moyenne de leurs cartes de crédit inférieure à 0,3, leur départ est plus élevé (20,61%) que les autres clients qui ont une utilisation moyenne de leurs carte supérieure à 0,3(environ 9%).  Les clients qui n’utilisent pas beaucoup leurs cartes ont probablement des comptes dans d’autres banques. | 1,2 et 3 |
| Age + utilisation moyenne de la carte + Nb de transactions | Le profil du client type qui quitte la banque est âgé de plus de 30 ans, a une utilisation moyenne de sa carte bancaire inferieur à 0.3 et a un nombre de transaction inferieur a à 70.  Les clients qui font moins de transactions, utilisent très peu leurs cartes bancaires et ceux qui sont moins jeunes, peut-être ne sont pas à l’aise avec l’utilisation de services en ligne ou ont des comptes ailleurs. | 1,2 et 3 |

1. **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** |
| Objectif 1  Objectif 2  Objectif 3 | J’ai choisi les graphiques histogrammes et les graphiques à barres | Les graphiques à barres et histogrammes sont utiles pour visualiser les valeurs spécifiques et comparer les différentes catégories des clients |

Les pistes sont en vert.