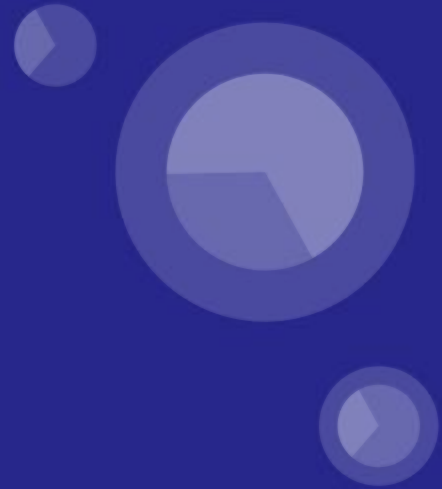




Rapport d'analyse des clients perdus par Primero Bank.





Notre compréhension de vos enjeux

Rappelez le contexte de la mission pour montrer au client que vous avez bien compris ses enjeux et que vous avez trouvé une solution pour y répondre :

Enjeux du client : Comprendre grâce aux données pourquoi autant de clients sont partis récemment afin d'endiguer les futurs départs.

Les objectifs de la présentation :

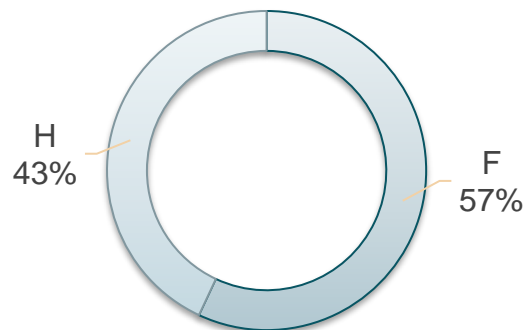
- **Présenter les éléments communs aux clients perdus**
- **Trouver des pistes d'analyse sur les raisons des départs**
- **Présenter la proportion des clients actuels qui pourraient être amené à quitter la banque par rapport aux pistes d'analyse**



L'analyse des données

Objectif client : Identifier le profil des clients qui quittent la banque

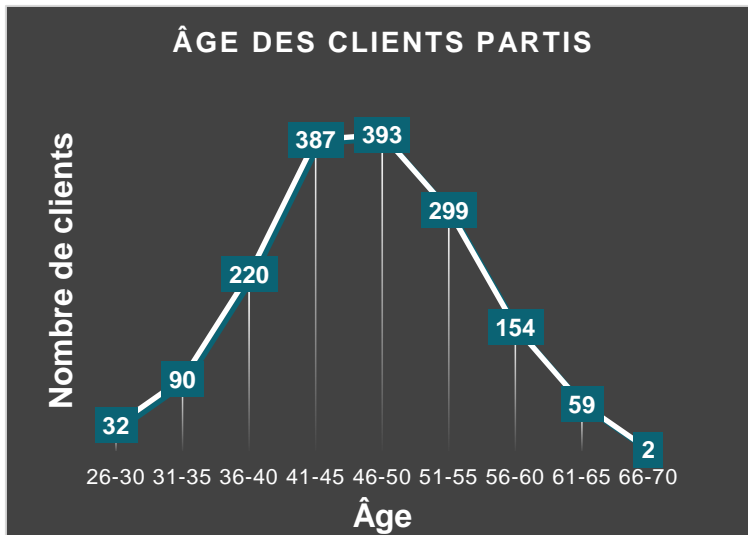
Pourcentage homme / femme des clients partis



Idée à retenir : Pas de différence significative de genre des clients partis

L'analyse des données

Objectif client : Identifier le profil des clients qui quittent la banque



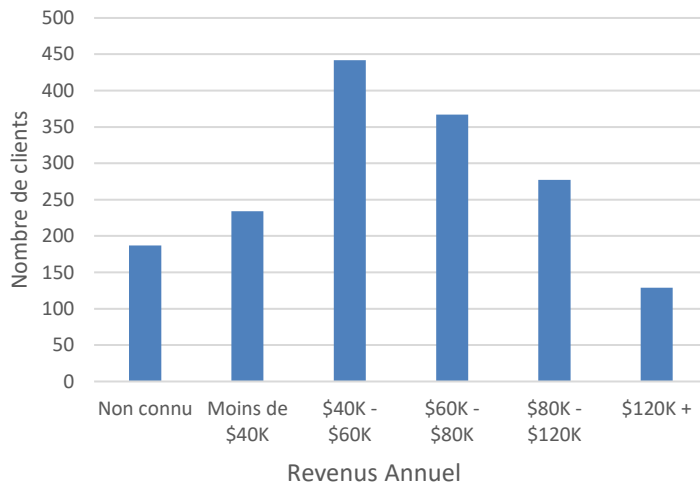
Idée à retenir : Les clients partis sont principalement âgé entre 40 et 55 ans



L'analyse des données

Objectif client : Identifier le profil des clients qui quittent la banque

Catégorie de revenu annuel des clients perdus

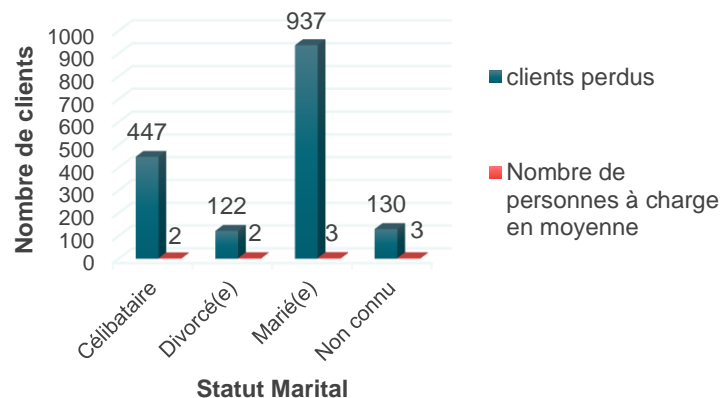


Idée à retenir : La majeure partie des clients perdus par la banque sont des clients avec des revenus très corrects (+40k annuel)

L'analyse des données

Objectif client : Identifier le profil des clients qui quittent la banque

Statut marital + nombre personnes à charge des clients perdus



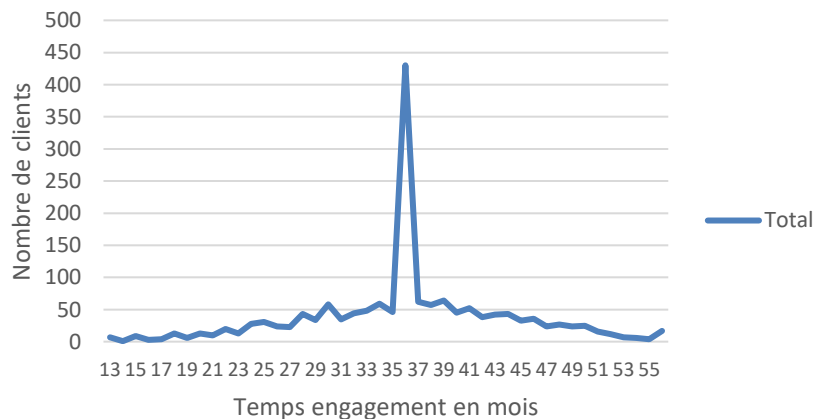
Idée à retenir : La majorité des clients perdus sont marié(e)s et ont en moyenne 3 personnes à charges



L'analyse des données

Objectif client : Piste d'analyse des raisons pour lesquelles les clients quittent la banque

Durée d'engagement des clients perdus

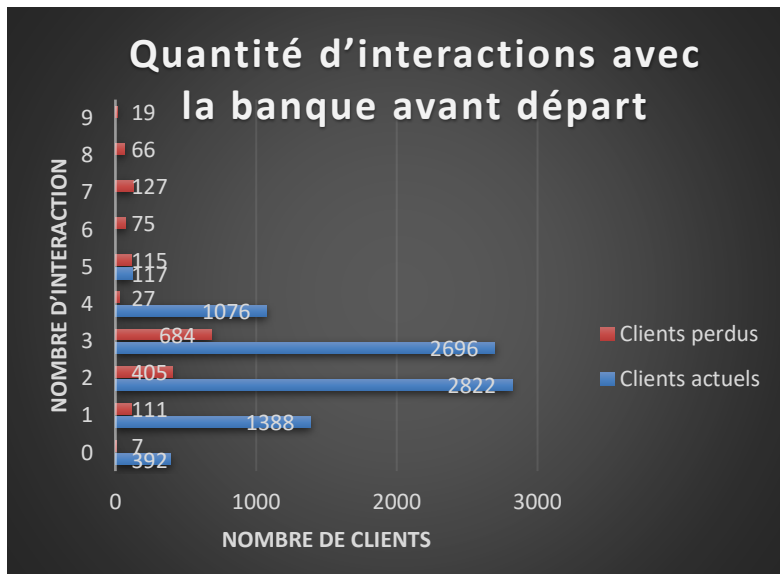


Idée à retenir : On constate un pic de départ à 36 mois d'engagement, probablement à la fin d'un contrat d'engagement



L'analyse des données

Objectif client : Piste d'analyse des raisons pour lesquelles les clients quittent la banque

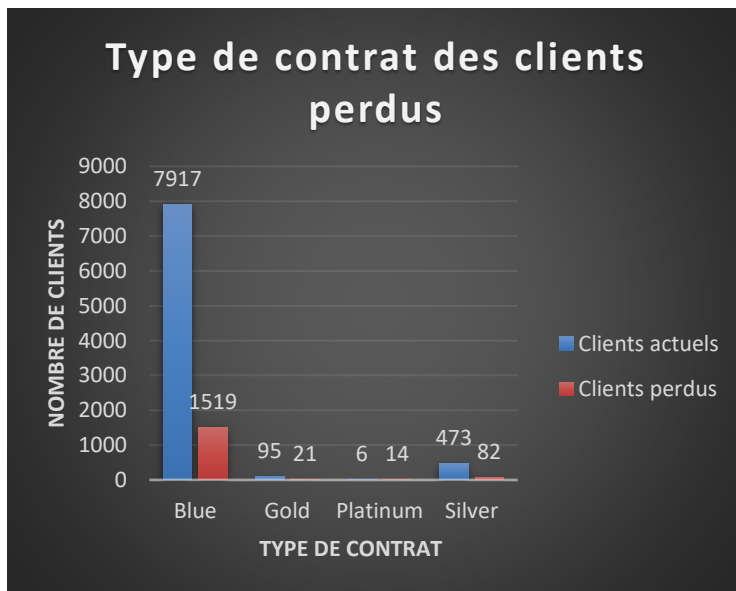


Idée à retenir : La majeure partie des clients perdus partent après seulement 2 ou 3 échanges avec la banque



L'analyse des données

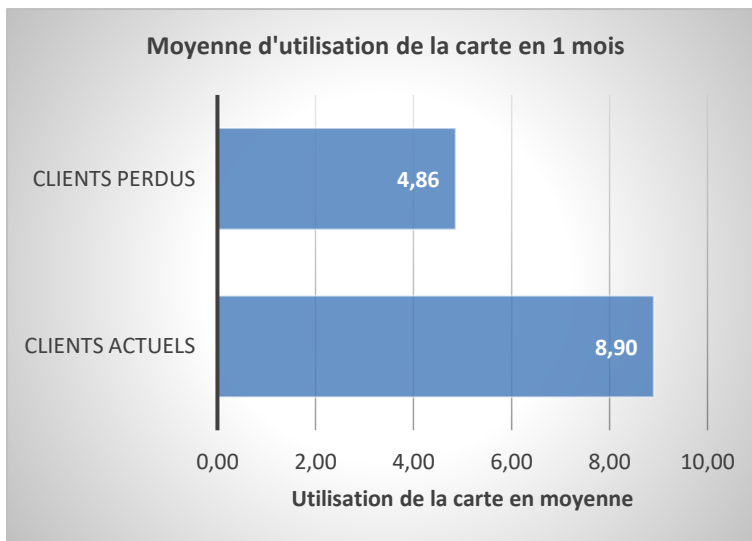
Objectif client : Piste d'analyse des raisons pour lesquelles les clients quittent la banque



Idée à retenir : La banque n'arrive pas à fidéliser les clients qui souscrivent à l'offre Platinum

L'analyse des données

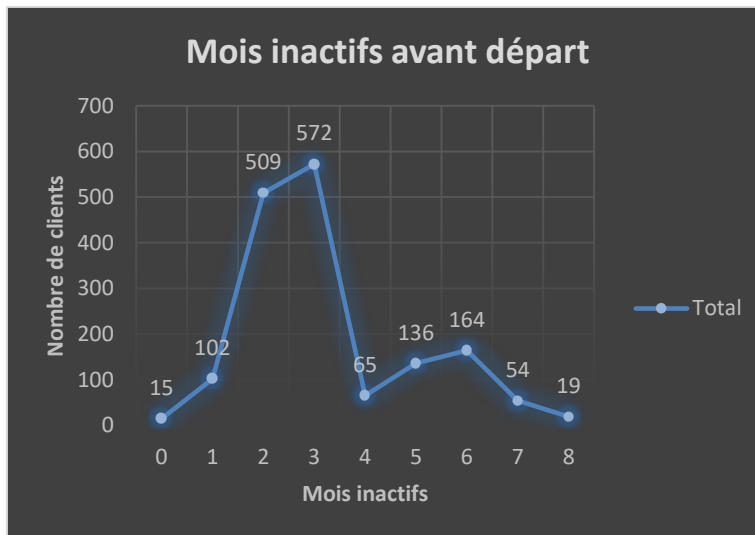
Objectif client : Piste d'analyse des raisons pour lesquelles les clients quittent la banque



Idée à retenir : Les clients perdus avaient au moment de leur départ une utilisation beaucoup plus restreinte de la carte bleue

L'analyse des données

Objectif client : Piste d'analyse des raisons pour lesquelles les clients quittent la banque

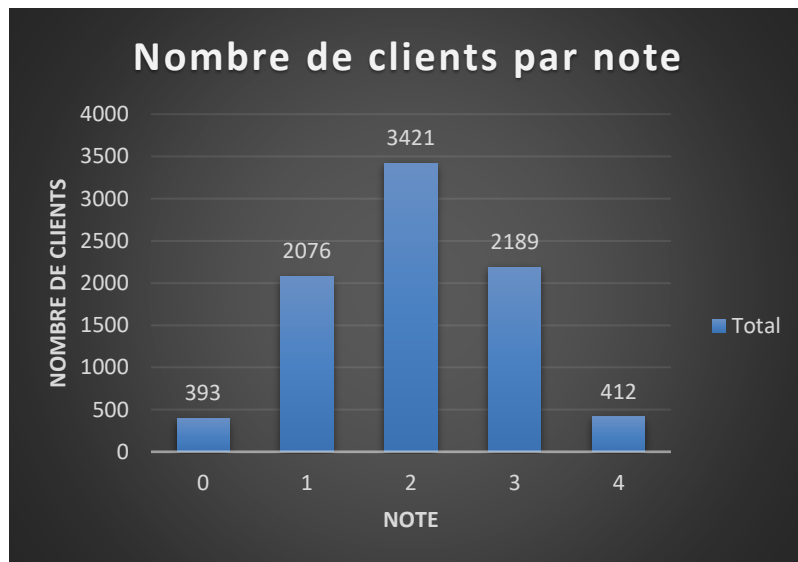


Idée à retenir : Les clients perdus ont quittés la banque après 2 à 3 mois d'inactivités



L'analyse des données

Objectif client : Identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque



Idée à retenir : Notation sur 5 des clients présents par rapport aux raisons de départ des clients perdus déterminés dans les slides précédentes



Conclusion

Actuellement, plus de la moitié des clients présents remplissent trois critères ou plus de départ. Il est donc impératif pour la banque de revoir certains éléments clés afin d'éviter les futurs départs. Reprendre contact avec les clients inactifs ou en fin de contrat, revoir la communication en ligne avec les clients, et retravailler la dernière offre payante semblent être des axes d'amélioration pertinents pour les mois à venir.