**Rapport d’analyse – Primero Bank**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nom du rédacteur** | Coefe Robert | **Date** | 10/04/2023 |
| **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** |
| Inspection du document | * Découvrir les contenus non visibles * Connaitre les informations et les propriétés du document |
| Rendre le fichier exploitable | * Supprimez les lignes inutiles * Réduire le poids du document en supprimant la dernière cellule |
| Création du tableau | * Suppression des doublons * Mettre sous forme de tableau |

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 statut du client en légende et la valeur moyenne de montant crédit renouvelé | Les clients perdus ont renouvelé en moyenne sur le compte un montant de 678,65$ tandis que les clients actuels ont renouvelé en moyenne sur le compte le montant de 1256,10$. Le montant en moyenne renouvelé par le client est de 1162,81$ | 1 et 2 |
| Le statut du client en légende et la moyenne du nombre de transactions | Les clients perdus ont effectué 3,48 interactions tandis que les clients actuels en ont effectué 2,36 interactions. La moyenne d’interaction est de 2,54 | 1 et 2 |
| Le statut du client en légende, le type de carte en ligne, et en valeur le nombre du statut client | Les clients perdus sont au nombre de 1636 sur un total de 10127. Donc on a actuellement 8491 clients.   * Sur les 1636 clients perdus on constate que * 1519 utilisaient des cartes bleues, * 21 des cartes Gold, * 14 des cartes Platinium * 82 des cartes Silver   On remarque que le majorité des clients perdus sont des utilisateurs de cartes bleues.  Pour la même période on constate que l’on a plus de clients utilisant des cartes Platinium perdus que de clients actuels soit 14 perdus et 6 actuels. | 1 2 3 |
| Le statut du client en légende, le genre et l’âge du client en ligne, enfin en valeur le nombre du statut client | On a 44% de clientes et 40% de clients. Respectivement on a 9% de clientes perdues et 7 % de clients perdus. | 1 2 |
| En légende le statut du client en ligne le nombre de mois inactif enfin la valeur le nombre du statut client | Entre 1 et 5 mois on note que l’on a 82,66% de clients actuels inactifs pour 13,67% de clients perdus. Le solde est positif.  De 0 et entre 6 et 8 mois on note que on a 2,50% de clients inactifs qui sont perdus pour 1,18% de clients actifs actuels. Le solde est négatif. Donc perte plus clients que l’on en gagne.  On a 16,15% de clients inactifs sont perdus. | 1 2 3 |
| En légende le statut de client, en ligne le niveau de diplôme et en valeur le nombre de statut | On peut noter que 61,26% de nos clients actuels ont un niveau scolaire équivalent au bac ou un le bac +2. Cependant pour la catégorie doctorat 4,18% actuels pour 5,87% perdus et les non connus 14,87% actuels pour 15,65% perdus donc on perd plus de clients que l’on gagne | 1 2 3 |
| En légende le statut de client en axe le nombre de personne à charge et en valeur le nombre de statut de client | Pour les clients qui ont entre ¨2 et 4 personnes à charge on note que le nombre de clients perdus représentent 72%. Pour les clients ayant 0 1 et 5 personnes à charge ils représentent 28% des clients perdus. | 1 2 |
| En légende le statut du client en axe le nombre de transactions et en valeur le statut du client | On observe en rouge la courbe représentant les clients perdus. On note que la courbe à une valeur stable puis croit atteint un pic à 45 transactions puis décroit et reste stable | 1 2 |
| En légende le statut du client en axe l’âge en valeur le nombre de statut du client | On observe en rouge la courbe représentant les clients perdus et en bleu les clients actuels. On note que la majorité des clients actuels on entre 41-50ans. Cependant concernant les clients perdus, on note qu’il n’y a pas de tendance forte et toutes les catégories d’âge sont concernés. Le linéaire en rouge montre la valeur des clients actuels susceptible de quitter la banque. | 3 |
| En colonnes le statut du client en ligne la durée d’engagement et en valeur le nombre de statut du client | On observe en rouge la courbe représentant les clients perdus et en bleu un histogramme représentant les clients actuels. On note que la courbe est stable mais au bout du 36 mois d’engagement on a un pic. Puis la valeur baisse et reste stable.  En bleu on note la majorité des clients actuels on 36 mois d’engagement. | 1 2 3 |
| En légende le statut du client en axe le nombre d’interaction avec le service client en valeur le nombre de statut client | On observe en rouge la courbe représentant les clients perdus et en bleu les clients actuels. On note qu’entre 0-5 interactions avec le service client la valeur des clients perdus est inférieur à la valeur des actuels. De 5-9 interactions avec le service client on note que les clients partent et aucun ne reste. | 1 2 3 |
| En légende le statut du client en axe la catégorie de revenue et en valeur le nombre de statut du client | On a un histogramme groupé. En rouge les clients et en bleu les clients actuels. On note que les clients ayant un revenu inférieur à $40K par an représente la majorité des clients actuels. De même, pour les clients ayant un revenu $40k et $60K par an, il représente la majorité des clients perdus. | 1 2 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** |
| * **Identifier les profils types des clients qui quittent la banque** * **En déduire les pistes d’analyses sur les raisons pour lesquels les clients partent** | * Graphique à barre groupée | Permet de visualiser la valeur moyenne du montant de crédit renouvelé par rapport au statut du client |
| Permet de visualiser la valeur moyenne du nombre d’interaction avec le service client par rapport au statut du client |
| * Histogramme groupé et   Courbe avec marque | Permet de visualiser la répartition des clients par rapport au sexe |
| * Histogramme groupée et courbe | Permet de visualiser le statut du client par rapport au nombre de personnes à charge |
| * **Identifier les profils types des clients qui quittent la banque.** * **En déduire les pistes d’analyses sur les raisons pour lesquels les clients partent.** * **Déduire le profil type de client qui partent** | * Histogramme groupé | Permet de visualiser le profil de clients par rapport au type de carte utilisée et le profil des clients qui peuvent quitter la banque |
| * Courbe avec marque | Permet de visualiser le profil type de clients inactifs selon leur statut.  Permet de visualiser la répartition des clients par rapport à l’âge des clients |
| * Barres groupées | Permet de visualiser la réparation des clients par rapport au niveau du diplôme et le statut du client. |
| * Histogramme groupé | Permet de visualiser la répartition des clients par rapport au nombre de transactions |
| Permet de visualiser la répartition des clients par rapport au niveau de revenu |
| * Histogramme groupé et courbe | Permet de visualiser la répartition des clients par rapport à la durée d’engagement |