

# ANALYSE DU CHURN CLIENT

Identifier les leviers de fidélisation

# Contexte

**PulseLink** est opérateur américain proposant des services de téléphonie et d'internet

L'entreprise souhaite **consolider sa base client** en analysant le profil et le comportement des désabonnés, informations précieuses pour **identifier les failles des services et offres commerciales**

**Objectif** : Analyse des causes du churn (désabonnement) pour mettre en place des actions de rétentions ciblées

# Méthodologie

**Nettoyage et préparation des données (Power Query)** : doublons, données erronées, nouvelles colonnes

**Modélisation de données** : création des tables de dimension et de fait, schéma en étoile

**Construction de KPIs** : revenu total, dépenses mensuelles, revenu moyen par client

**Visualisations** : dashboards interactifs et dynamiques avec filtres, table de scoring

**Données utilisées :**

- **Données sociodémographiques** : âge, genre, statut marital, pays, etc.
- **Données contractuelles** : contrat, ancienneté, offres commerciales
- **Services souscrits** : téléphonie, internet, support sécurité
- **Consommation** : données internet, appels longue distance
- **Statut client** : désabonné ou actif

# Vue d'ensemble (comparatif globale)

- **27% de désabonnées** (+ 1800 clients)
- + **50 %** ont une ancienneté < 1 an
- Dépenses mensuelles + élevées chez les désabonnés
- **Contrat sans engagement**

## Performance globale

Total clients

7043

Total Revenu

\$21,37M

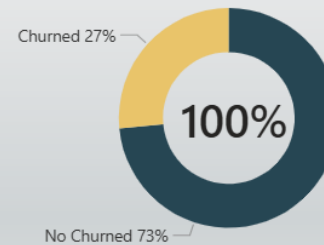
Charges moyennes client

\$64,76

Revenu moyen client

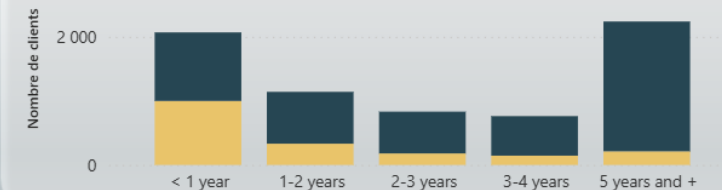
\$3 034

Quel est le taux de résiliation de notre base client ?



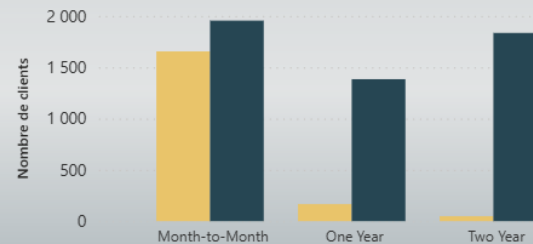
Les désabonnés sont-ils des anciens clients ?

Statut client ● Churned ● No Churned



Quel contrat génère le plus de résiliations/adhérents ?

Statut client ● Churned ● No Churned



Les offres influencent-elles la fidélisation ?

Statut client ● Churned ● No Churned

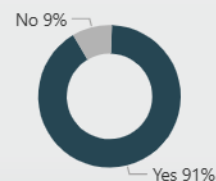


# Analyse comportementale

- **+90 %** de souscription téléphonie et/ou internet
- Consommation légèrement plus élevée
- Forte appétence **aux services de divertissement**
- **Peu d'intérêt pour les services de support/sécurité**

## Analyse comportementale (souscription des services)

Qui a souscrit à la téléphonie ?



Ont-ils plusieurs lignes ?

No

49,97%

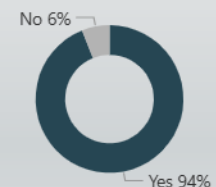
Yes

50,03%

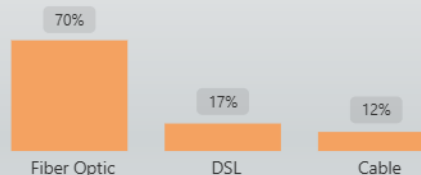
Dépenses appels longue distance (Moyenne)

23,2

Qui a souscrit à Internet ?



Quel type de connexion préfèrent-ils ?

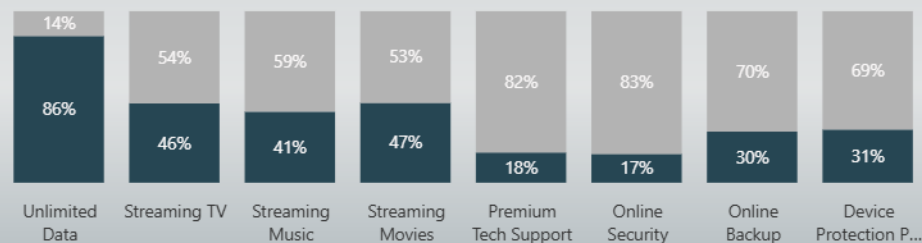


Consommation Go Internet (Moyenne)

22,2

Quels services sont les plus souscrits ?

Souscription ● Yes ● No

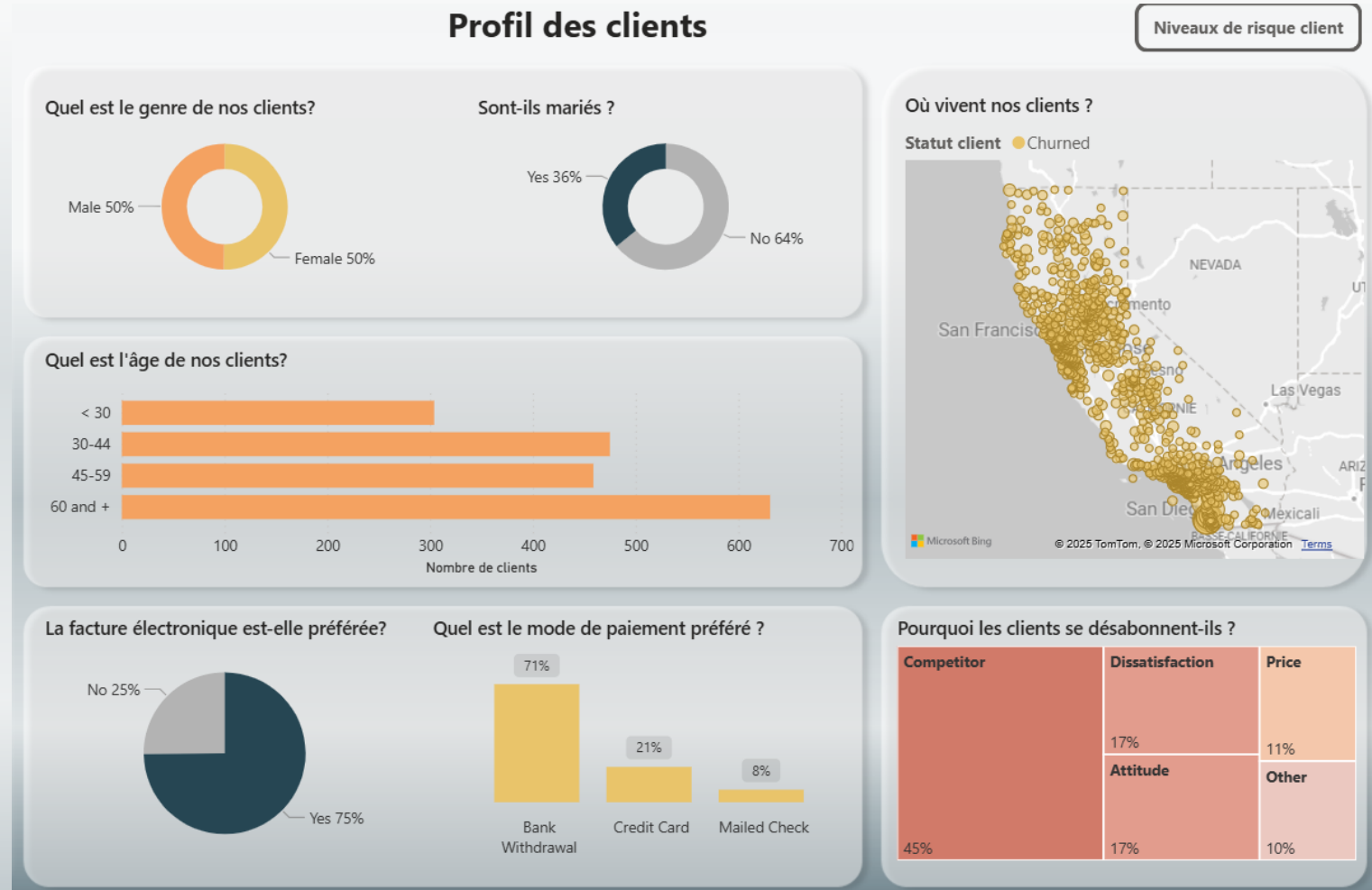


Services souscrits (moyenne)

5,3

# Profil client

- **60 ans et plus les plus touchés**, part importante chez les 30-44 ans
- **Facture électronique et paiement par chèque**
- Répartis sur tout le territoire
- **+40 % se désabonnent pour la concurrence**



# Conclusion

- **27% de désabonnés** avec un contrat sans engagement et une ancienneté inférieure à 1 ans.
- Nombreuses souscriptions à **la téléphonie et internet**. Fort intérêt pour **les services de streaming**, mais faible pour les services **de support et sécurité**
- **Profils à risque** concernent les 60 ans et plus, ainsi qu'une part des 30-44 ans
- **Stratégie de fidélisation à repenser car près de 50 % se désabonnent pour rejoindre la concurrence**

# Recommandations

- **Aligner les offres** commerciales avec la concurrence
- **Valoriser les services de support/sécurité** via des campagnes
- **Proposer des packs groupés** incluant les services d'assistance et de sécurité
- **Cibler les clients à risque** grâce à la table de scoring



# Annexe : Profils à risque

## Profil type des désabonnés selon (scoring) :

- **Contrat** : Month-to-Month (sans engagement)
- **Ancienneté** : inférieure à 1 an
- **Offres** : aucune ou offre E
- **Services** : pas de support/sécurité
- **Score** : de 0 à 4 (faible à élevé)

Client ID	Contrat	Ancienneté	Offre	Nombre de services	Score client	Niveau de risque
0002-ORFBO	One Year	< 1 year	None	6,00	2	Moyen
0003-MKNFE	Month-to-Month	< 1 year	None	5,00	4	Élevé
0013-MHZWF	Month-to-Month	< 1 year	Offer E	7,00	2	Moyen
0013-SMEOE	Two Year	5 years and +	Offer A	10,00	0	Faible
0014-BMAQU	Two Year	5 years and +	Offer B	5,00	0	Faible
0015-UOCOJ	Two Year	< 1 year	Offer E	4,00	1	Faible
0016-QLJIS	Two Year	5 years and +	None	11,00	1	Faible
0017-DINOC	Two Year	5 years and +	None	5,00	1	Faible
0017-IUDMW	Two Year	5 years and +	None	11,00	1	Faible
0018-NYROU	Month-to-Month	< 1 year	None	3,00	4	Élevé
0019-EFAEP	Two Year	5 years and +	Offer A	8,00	0	Faible
0019-GFNTW	Two Year	5 years and +	None	6,00	1	Faible
0020-INWCK	Two Year	5 years and +	Offer A	8,00	0	Faible
0020-JDNXP	One Year	2-3 years	None	8,00	1	Faible
0021-IKXGC	One Year	< 1 year	Offer E	4,00	2	Moyen
0023-UYUPN	One Year	5 years and +	None	2,00	2	Moyen
0027-KWYKW	Month-to-Month	1-2 years	Offer D	5,00	3	Élevé
0030-FNXPP	Month-to-Month	< 1 year	None	1,00	4	Élevé
0036-IHMOT	One Year	5 years and +	None	8,00	1	Faible
0040-HALCW	Two Year	5 years and +	None	1,00	2	Moyen
0042-JVWOJ	One Year	2-3 years	Offer C	1,00	1	Faible
0042-RLHYP	Two Year	5 years and +	None	1,00	2	Moyen
0048-LUMLS	One Year	3-4 years	Offer C	6,00	1	Faible
0048-PIHNL	One Year	5 years and +	Offer B	1,00	1	Faible
0052-DCKON	One Year	5 years and +	None	11,00	1	Faible
0052-YNYOT	One Year	5 years and +	None	1,00	2	Moyen
0056-EPFBG	Two Year	1-2 years	None	5,00	2	Moyen
0057-QBUQH	Two Year	3-4 years	None	2,00	2	Moyen
0058-EVZWM	Month-to-Month	5 years and +	Offer B	6,00	1	Faible
0060-FUALY	Month-to-Month	5 years and +	Offer B	7,00	1	Faible
0064-SUDOG	Two Year	1-2 years	None	1,00	3	Élevé
0064-YJGF	Month-to-Month	2-3 years	Offer C	4,00	2	Moyen
0068-FIGTF	One Year	2-3 years	Offer C	9,00	0	Faible