



Analyse des données
clients

Primero BANK



Sommaire

1. Les enjeux de Primero BANK
2. Analyse des données
 - a) Profil type des clients perdus
 - b) Pistes potentielles de départ
3. Conclusion



Notre compréhension de vos enjeux

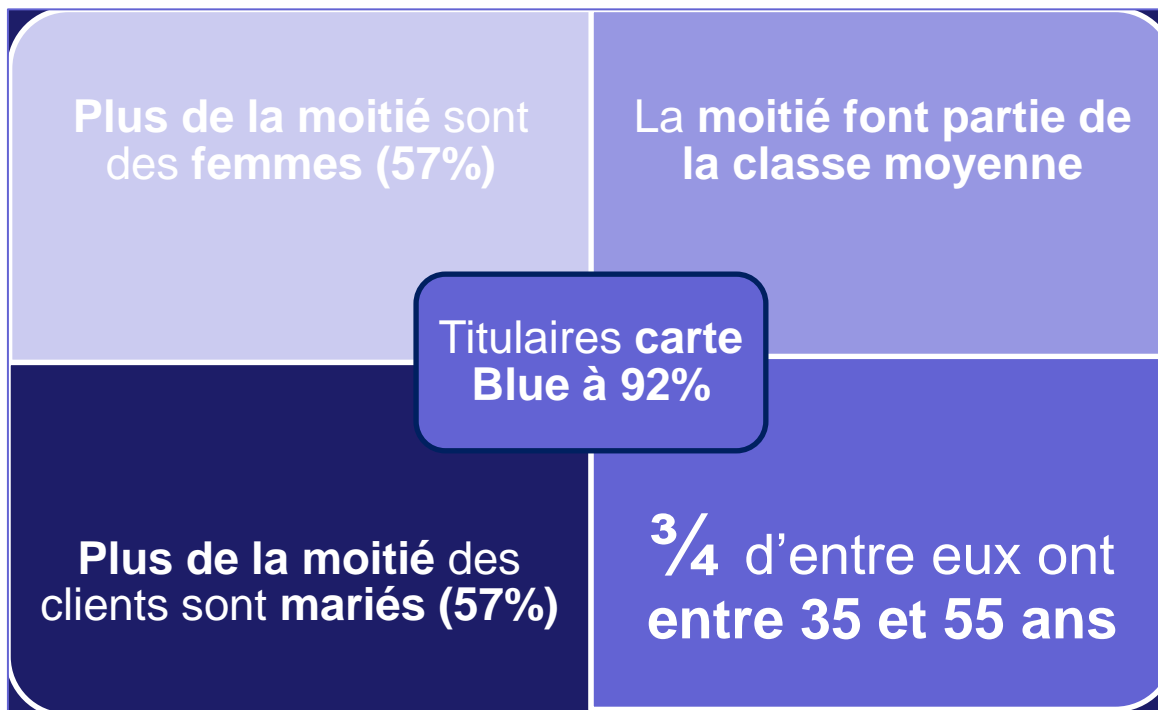
- **Enjeux du client** : Eviter d'autres vagues de départ des clients
- **Les objectifs de la présentation** :
 1. Identifier les types de clients perdus les plus récurrents
 2. Identifier les raisons potentielles de départ d'un client
 3. Identifier les clients à risque de départ

Quels profils parmi les clients perdus ?



16% de départs
depuis le lancement
de Primero Bank

5 caractéristiques communes

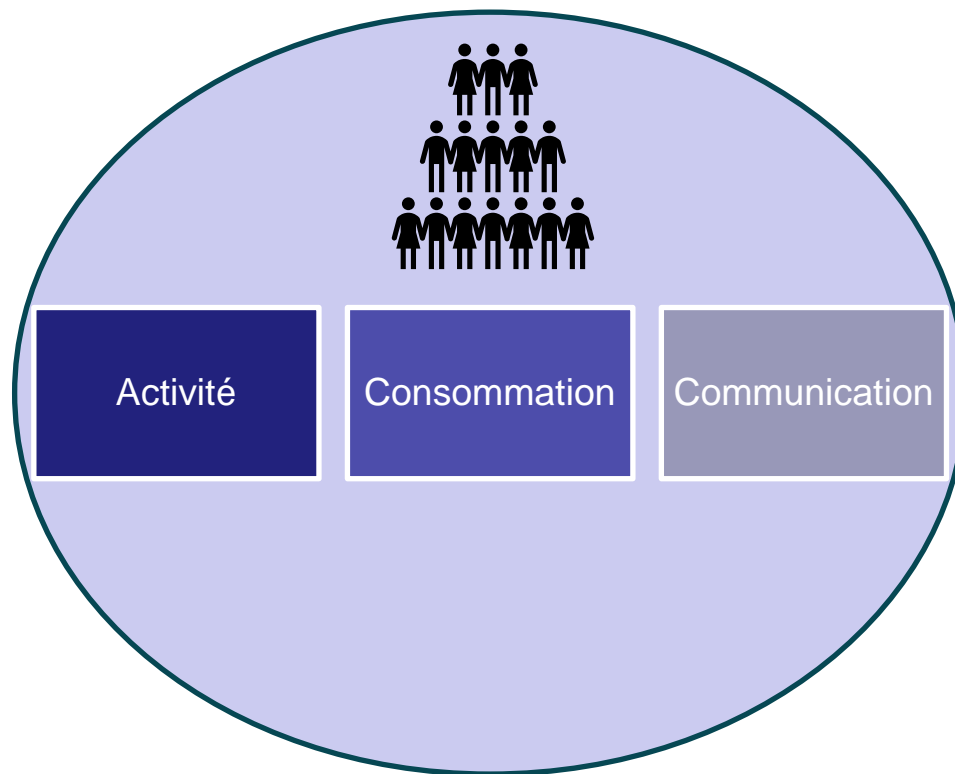


Croisement des caractéristiques

Genre	Statut Marital	Type Carte	Âge	Total
Femmes				57%
	Marié(e)			31,5%
		Blue		30,3%
			[25-34]	1,0%
			[35-44]	11,6%
			[45-54]	14,1%
			[55-64]	3,7%
			[65-75]	0,1%
Hommes				43%
	Marié(e)			25,8%
		Blue		22,9%
			[25-34]	1,1%
			[35-44]	8,2%
			[45-54]	10,3%
			[55-64]	3,1%
			[65-75]	0,1%

Les Individus **mariés, âgés entre 35 et 55 ans** détenteurs **d'une carte bleue** représentent près de la moitié (**44 %**) des clients perdus.

Quelles raisons potentielles de départ ?



Population cible :

- Mariés
- 35-55 ans
- Carte Blue



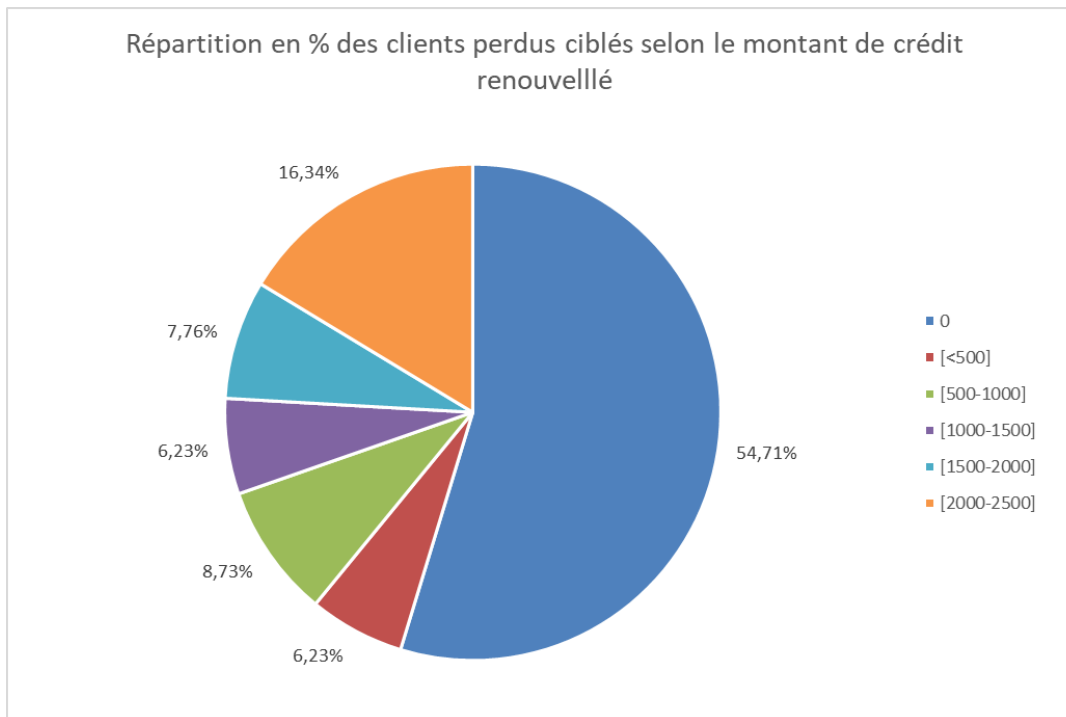
Des clients beaucoup moins actifs

Presque **2 fois**
moins de
transactions sur 1
an par rapport aux
clients actuels

64% n'ont
quasiment pas
d'utilisation
journalière de la
carte

Plus d'un quart des
clients sont inactifs
entre 4 et 8 mois
consécutifs

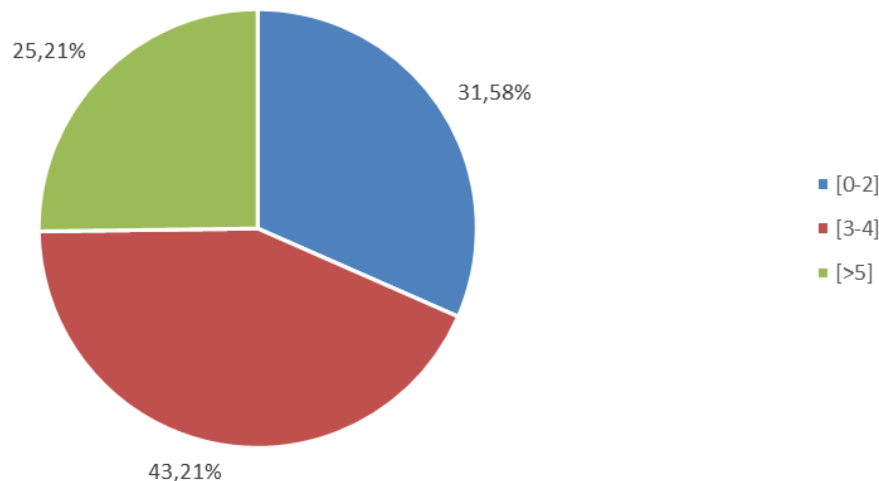
Des clients moins consommateurs



Plus de la moitié des clients perdus ciblés ne contractent aucun crédit de la banque

Des clients qui ont besoin d'une relation client

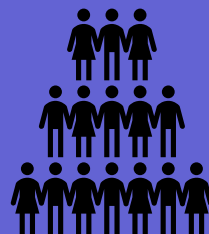
Répartition en % des clients perdus ciblés selon le nombre d'interactions avec la Banque



1/4 des clients perdus ciblés contactent au moins 5 fois ou plus le service client

En moyenne un client perdu contacte 3,5 fois le service client contre 2,4 fois pour les clients actuels

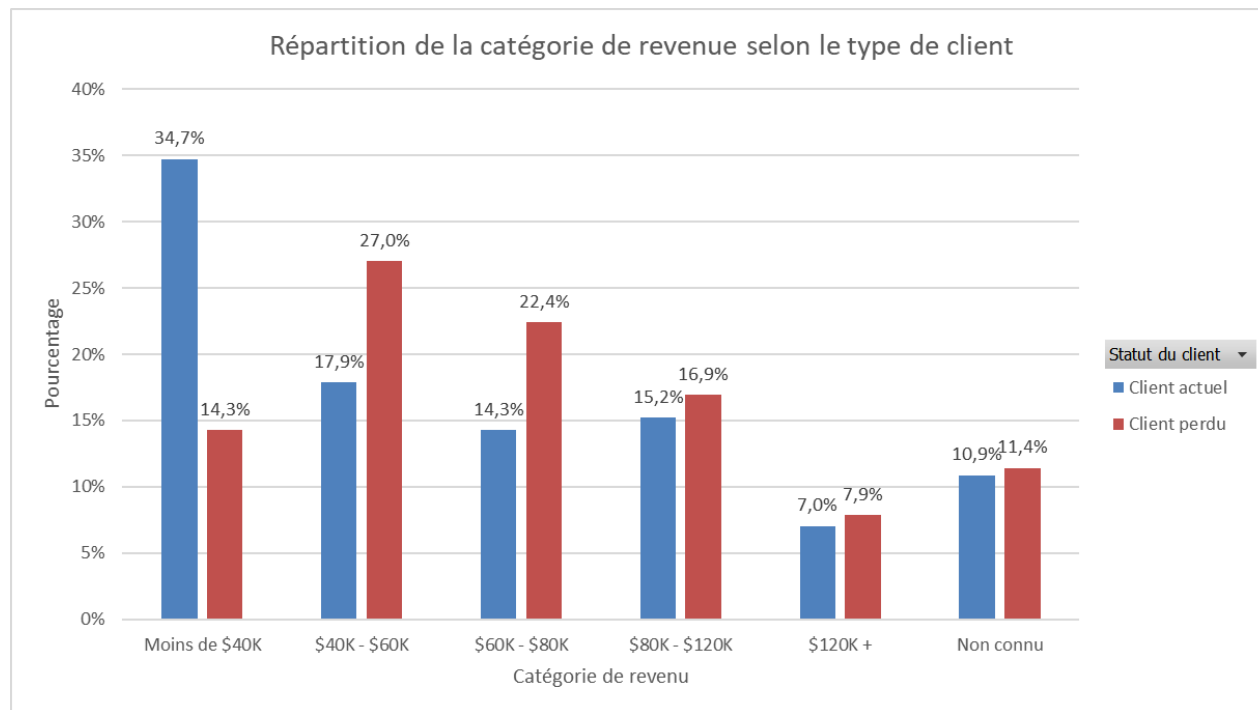
Quelles populations à risque?



Population cible :

- Mariés
- 35-55 ans
- Classe moyenne

La classe moyenne en première ligne



Par rapport aux clients actuels, les **clients de la classe moyenne sont plus touchés** par les départs (**Près de la moitié des clients perdus**)

La classe moyenne en première ligne

Respectivement **14 %** des clients **mariés** et des **13 %** des clients **célibataires** sont dans la classe moyenne et sont susceptibles de quitter la banque

Type Clients Client Actuel

	Moins de \$40K	\$40K - \$60K	\$60K - \$80K	\$80K - \$120K	\$120K +	Non connu	Total général
Marié(e)	16,1%	8,1%	5,9%	4,7%	2,9%	4,9%	42,5%
[0-2]	8,8%	4,5%	3,0%	2,6%	1,4%	2,8%	23,1%
[3-4]	7,1%	3,5%	2,8%	2,0%	1,4%	2,0%	18,8%
[>5]	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,6%
Célibataire	13,8%	7,1%	6,2%	8,3%	3,1%	4,3%	42,8%
[0-2]	7,6%	3,8%	3,5%	4,2%	1,7%	2,2%	23,0%
[3-4]	6,1%	3,1%	2,6%	4,0%	1,4%	2,0%	19,2%
[>5]	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,6%
Divorcé(e)	2,4%	1,4%	1,2%	1,0%	0,5%	0,9%	7,4%
[0-2]	1,2%	0,8%	0,7%	0,5%	0,3%	0,6%	4,1%
[3-4]	1,2%	0,6%	0,4%	0,4%	0,2%	0,4%	3,1%
[>5]	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Non connu	2,4%	1,3%	1,0%	1,3%	0,5%	0,8%	7,3%
[0-2]	1,4%	0,7%	0,6%	0,6%	0,3%	0,4%	4,0%
[3-4]	1,0%	0,6%	0,4%	0,6%	0,2%	0,4%	3,3%
[>5]	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total général	34,7%	17,9%	14,3%	15,2%	7,0%	10,9%	100,0%



Conclusion

Hypothèses départs des personnes qui quittent la banque :

- Expérience mitigée avec le service client
- Insatisfaction dans les produits et services proposés pour des Actifs de la classe moyenne avec une famille ou célibataire, qui pensent à une diversification de leur investissement (D'autres types d'Epargne, Assurance vie, Compte titre, PEA prêt immobilier)