



## PRIMERO BANK

DES CLIENTS QUI PARTENT ET DES CLIENTS QUI  
RESENT — ANALYSE DE DONNÉES ET  
PROPOSITION D'ACTION MARKETING

# NOTRE COMPRÉHENSION DE VOS ENJEUX



Votre **taux d'attrition** annuel a été de **16,15%** alors que le taux moyen d'attrition bancaire est de 4,1% (2022).

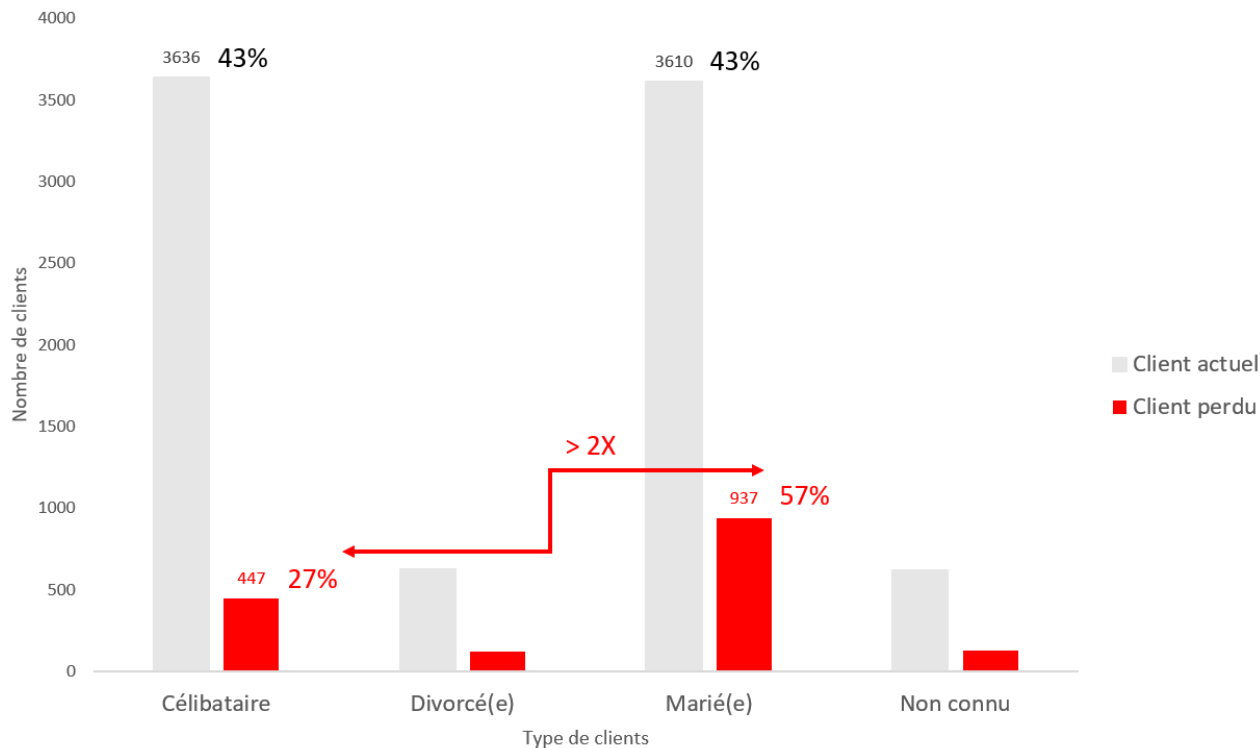
Vous constatez ainsi une perte quatre fois supérieure à la normale de vos clients et vous vous interrogez sur le profil des clients qui quittent la banque et, au-delà, sur les possibles raisons de leur départ afin de juguler la tendance.

Cette présentation vise à cerner le **profil majoritaire du client perdu** et, par projection sur les clients actuels, à repérer les clients les plus sensibles et susceptibles de quitter la banque prochainement, ce qui permettra de proposer une action marketing.

# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LEUR STATUT MARITAL

RÉPARTITION DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS SELON LEUR STATUT MARITAL

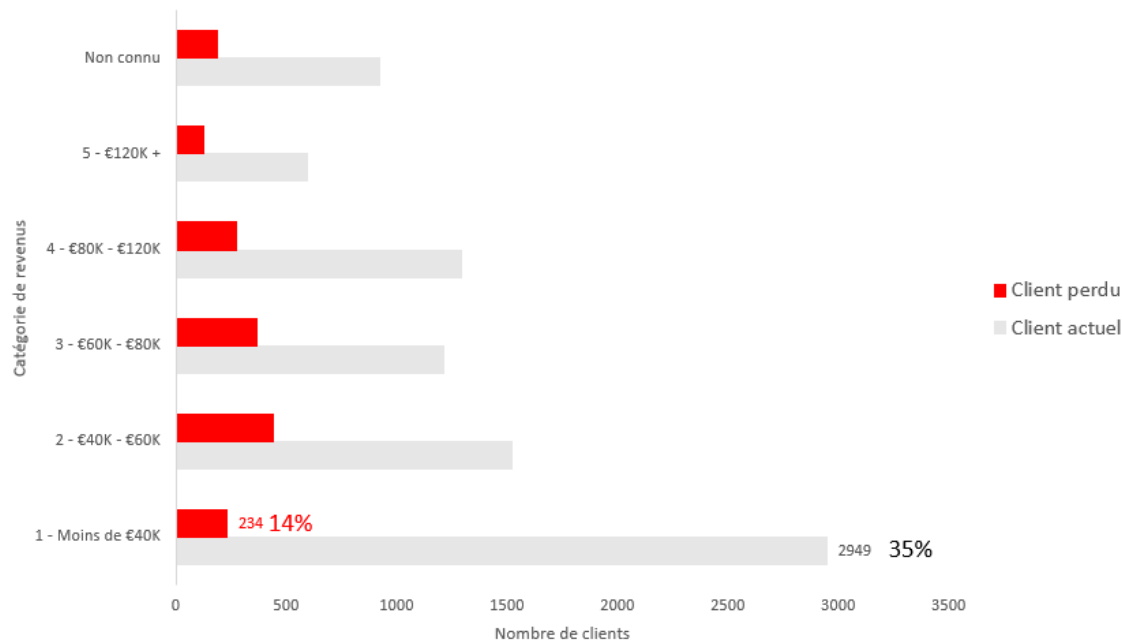


- Les **clients actuels** sont majoritairement des **célibataires** et des **personnes mariées** en effectifs équivalents.
- Toutefois les **clients perdus mariés** sont **deux fois plus nombreux** que les clients célibataires.

# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LEUR CATEGORIE DE REVENUS

RÉPARTITION DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS



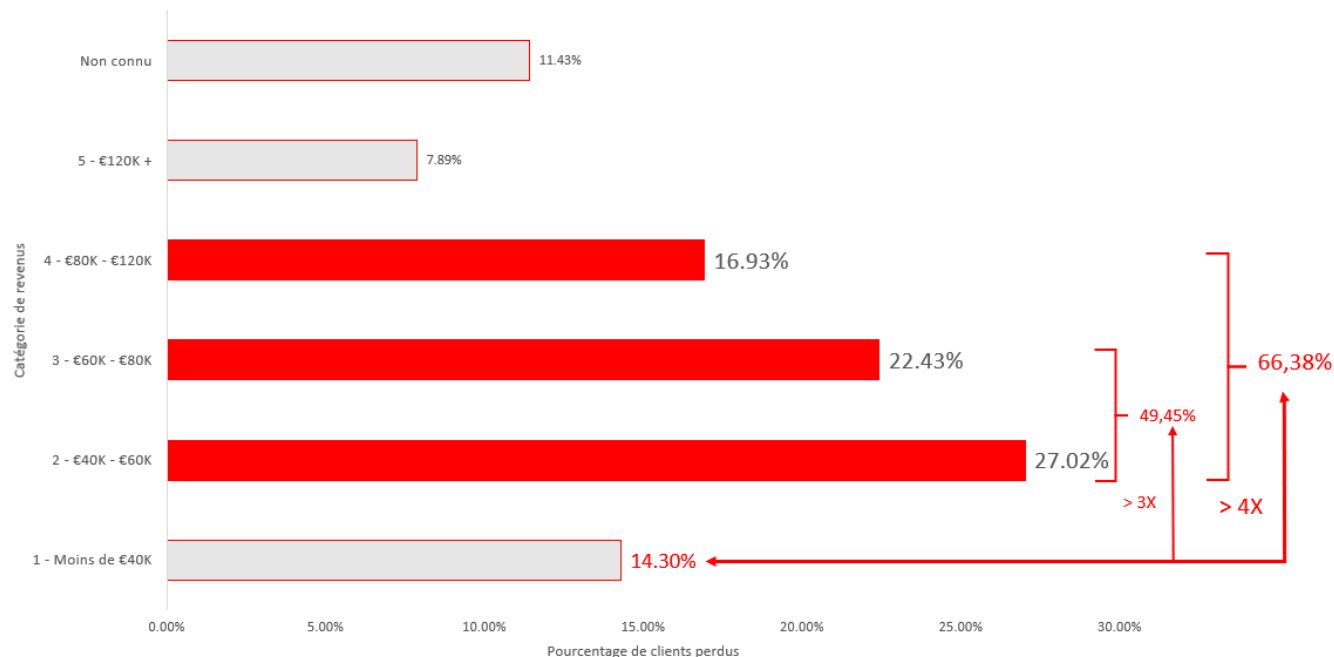
- Les **revenus des clients perdus** se situent majoritairement **entre 40k€ et 120k€**
- Les **plus faibles revenus** sont les plus **nombreux** et les plus **fidèles** à la banque



# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS PERDUS ET LEUR CATEGORIE DE REVENUS

RÉPARTITION DES CLIENTS PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS

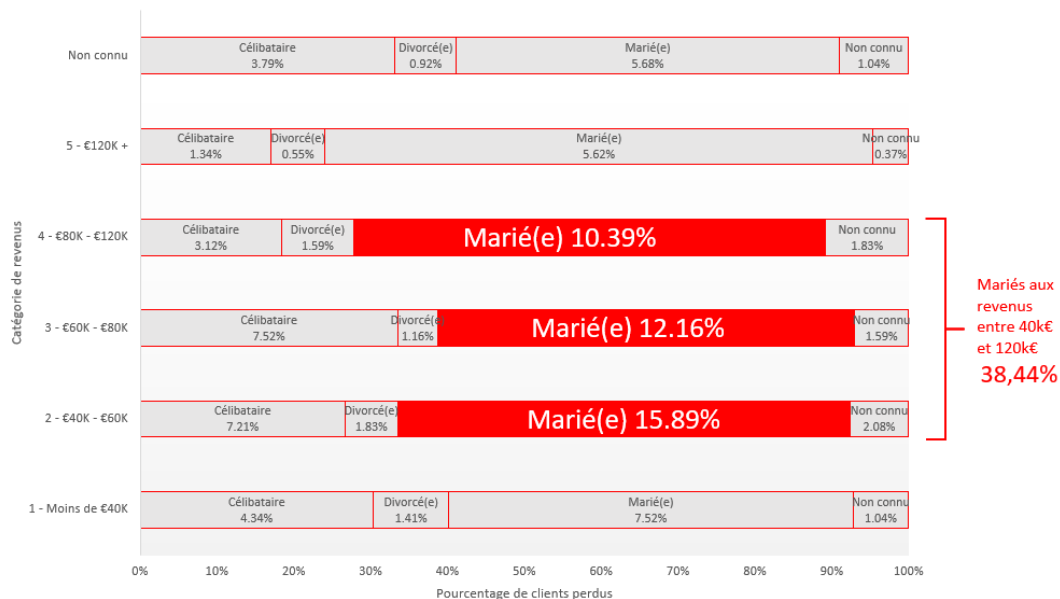


- Les **clients perdus** aux revenus **entre 40€ et 120k€** représentent les **2 tiers** des clients perdus
- Ils sont **4 fois plus nombreux** que les clients au **revenu inférieur à 40k€**

# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS PERDUS PAR CATEGORIE DE REVENUS ET STATUT MARITAL

RÉPARTITION DES CLIENTS PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS ET LEUR STATUT MARITAL

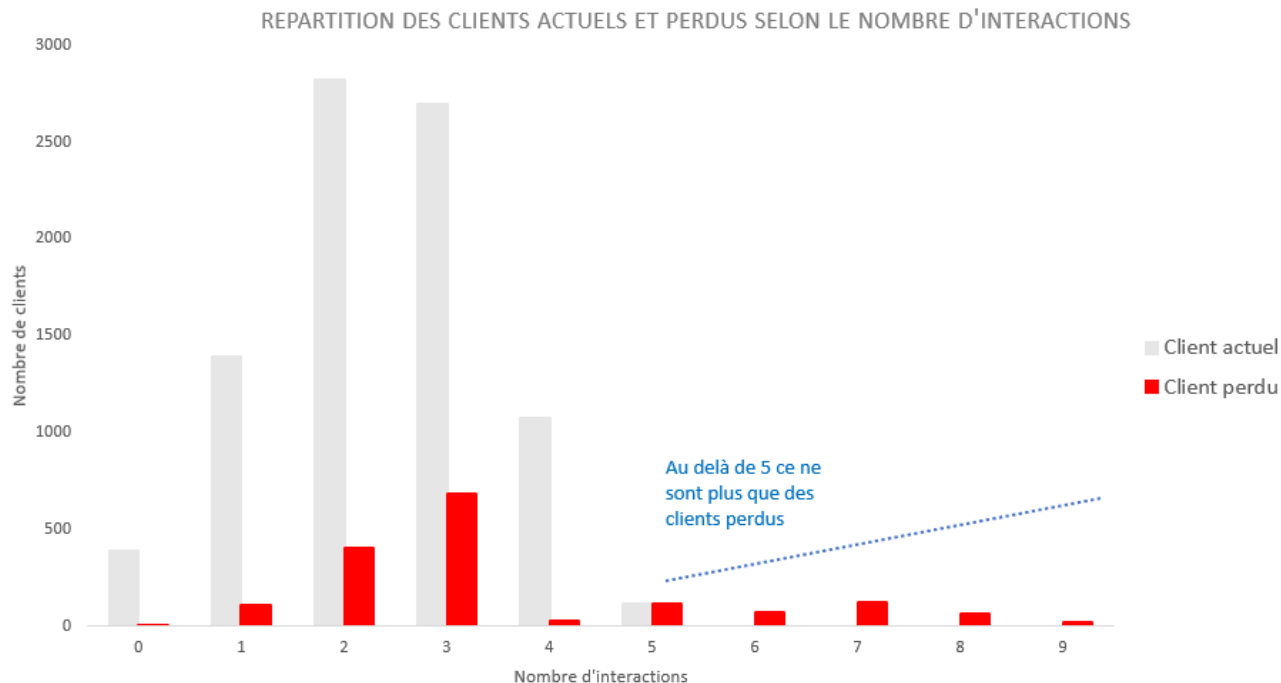


- Les clients perdus mariés aux revenus compris entre 40k€ et 120k€ sont prépondérants et représentent presque 40% des clients perdus
- Pour quelles raisons ? des besoins en offre de services plus diversifiés et étendus : projets immobiliers, retraite et assurance vie...



# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LE NOMBRE D'INTERACTIONS

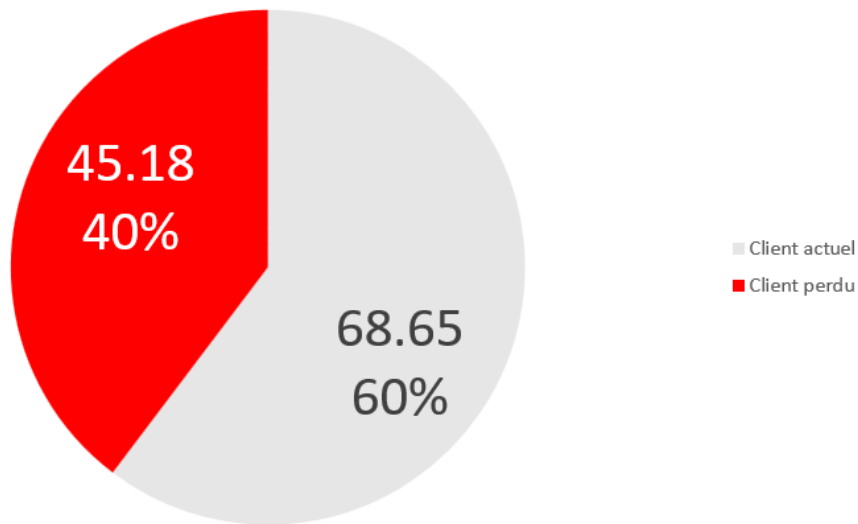


- Le **nombre d'interactions** est **supérieur** chez les **clients perdus**
- **Au-delà de 5** interactions, ce ne sont que **des clients perdus**, **seuil critique** ?
- **Pour quelles raisons ?**  
Des clients plus exigeants, des réponses mal adaptées (insatisfaction)

# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LE NOMBRE DE TRANSACTIONS

MOYENNE DU NOMBRE DE TRANSACTIONS DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS



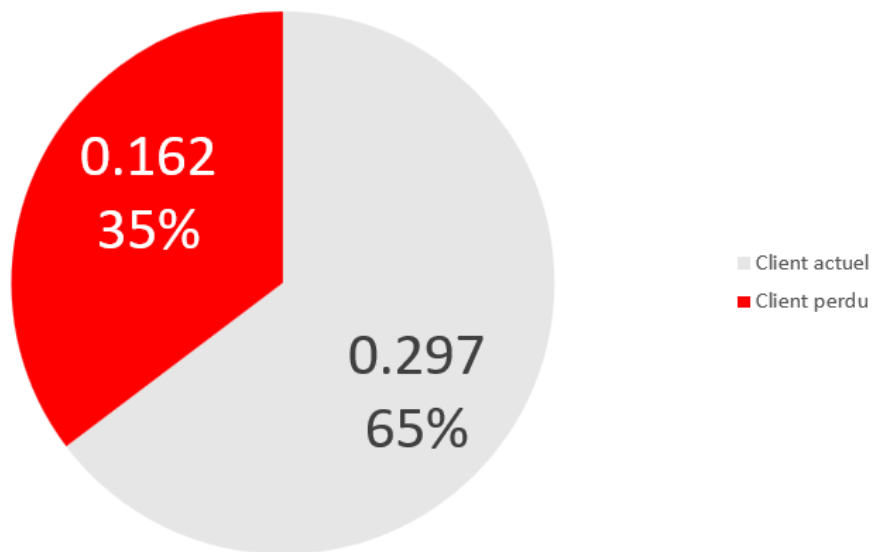
- La moyenne du **nombre de transactions** est sensiblement **inférieure** chez les **clients perdus**
- **Pour quelles raisons ?**  
Les clients perdus ont, préalablement à leur départ, fait le choix d'une autre banque



# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LA FREQUENCE D'USAGE DE LA CARTE BANCAIRE

MOYENNE D'UTILISATION DE LA CARTE PAR LES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS

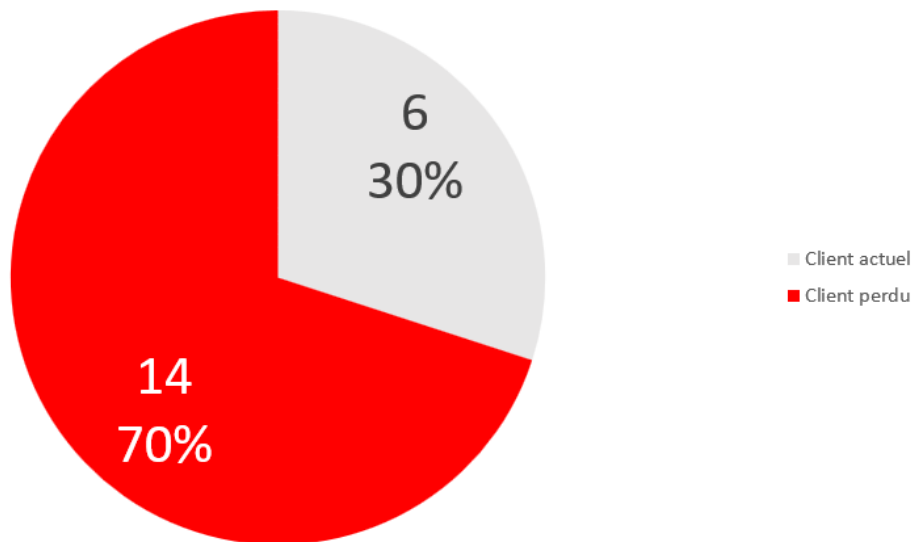


- La moyenne des fréquences d'**utilisation de la carte bancaire** est **inférieure** de presque la moitié chez les **clients perdus**
- **Pour quelles raisons ?**  
Les clients perdus ont, préalablement à leur départ, fait le choix d'une autre banque et donc utilisait une autre carte bancaire

# L'ANALYSE DES DONNÉES

## LES CLIENTS ET LA CARTE BANCAIRE PLATINUM

IMPORTANCE RELATIVE DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS TITULAIRES DE LA CARTE PLATINUM



- Sur les 20 titulaires de la **carte bancaire Platinum** 70% sont des **clients perdus**
- Les **clients actuels** avec la **carte Platinum** sont plus susceptibles de **quitter la banque**
- **Pour quelles raisons ?** Les clients perdus n'ont pas trouvé satisfaction dans cette offre : offre insuffisante, autres services insuffisants pour ce type de clientèle ?



## **CONCLUSION – CE QUE REVELENT LES DONNEES**

### **Qui sont très majoritairement les clients partis ?**

Des tendances sont observables, ce sont :

- 1. Les clients mariés dans une proportion double des clients célibataires**
- 2. Les clients avec un revenu compris entre 40k€ et 120 k€**
- 3. Les clients qui dépassent 5 interactions avec la banque**
4. Les clients avec un faible nombre de transactions
5. Les clients avec une faible fréquence d'utilisation de la carte bancaire
- 6. Les clients possesseurs de la carte Platinum**



## CONCLUSION – PROPOSITION D’ACTION MARKETING

Une estimation de la **proportion des clients actuels susceptibles d’être sur le départ**, en considération de certaines de nos constatations, serait de **3%**, soit un **effectif de 241 clients sensibles**. Cet effectif pourrait constituer **votre panel clients** à suivre et interroger pour mieux comprendre les raisons du surcroît d’attrition relevé.

Afin de juguler voire d’inverser la fuite des clients, il est urgent d’établir plus précisément les motifs d’insatisfaction qui seront mis en évidence par les retours du **panel de clients** repérés : problèmes de relations clientèle, offres de services ou produits bancaires insuffisamment étoffées ou calibrées, ... puis d’ajuster la stratégie bancaire en conséquence.



## ANNEXE A LA PRESENTATION

### METHODOLOGIE DE CONSTITUTION DU PANEL DES CLIENTS SENSIBLES

Une estimation du nombre de clients qui pourraient être sur le départ peut porter sur les conditions suivantes :

- des clients mariés
- des clients avec un revenu entre 40k€ et 120k€
- des clients avec un nombre d'interactions supérieur ou égal à 4

Condition OU

- les clients possesseurs de la carte Platinum

} Condition ET

Sur ces critères une estimation de la proportion des clients actuels susceptibles d'être sur le départ, en considération de nos observations, serait de 3%, soit un effectif de **241 clients sensibles**.

La liste des identifiants clients vous sera communiquée sur demande.