

# Rapport d'analyse – Primero Bank

<b>Nom du rédacteur</b>	Thierry Monjo	<b>Date</b>	15/04/2024
<b>Nom du client</b>	Primero Bank	<b>Sujet de l'analyse</b>	Compréhension et évaluation du risque de perte de clients

## I. 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, Platinum (cette dernière a été créée il y a 6 mois).

## II. 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.

<b>Objectif du rapport n° 1</b>	Identifier le(s) profil(s) type(s) des clients qui quittent la banque.
<b>Objectif du rapport n° 2</b>	En déduire des pistes d'analyse sur les raisons pour lesquelles ils quittent la banque.
<b>Objectif du rapport n° 3</b>	Identifier la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque.

### III. 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° :
Statut marital	Les personnes mariées sont deux fois plus présentes chez les clients qui partent que les célibataires à effectifs équivalents	1, 2
Catégories de revenus	Les clients sur le départ ont majoritairement des revenus compris entre 40k€ et 120 k€	1, 2
Catégories de revenus / statut marital des clients perdus	Les clients perdus mariés et d'un revenu compris entre 40k€ et 120k€ sont majoritaires	1, 2
Nombre d'interactions	Les clients qui interagissent davantage sont plus enclins à partir (seuil à 5)	1, 2
Nombre de transactions	Les clients qui partent ont un nombre de transactions sensiblement plus faible	1
Utilisation moyenne de la carte	Les clients qui partent utilisent sensiblement moins leur carte	1
Possesseurs de cartes Platinum	Les titulaires de la carte Platinum sont plus enclins à quitter la banque	1, 2

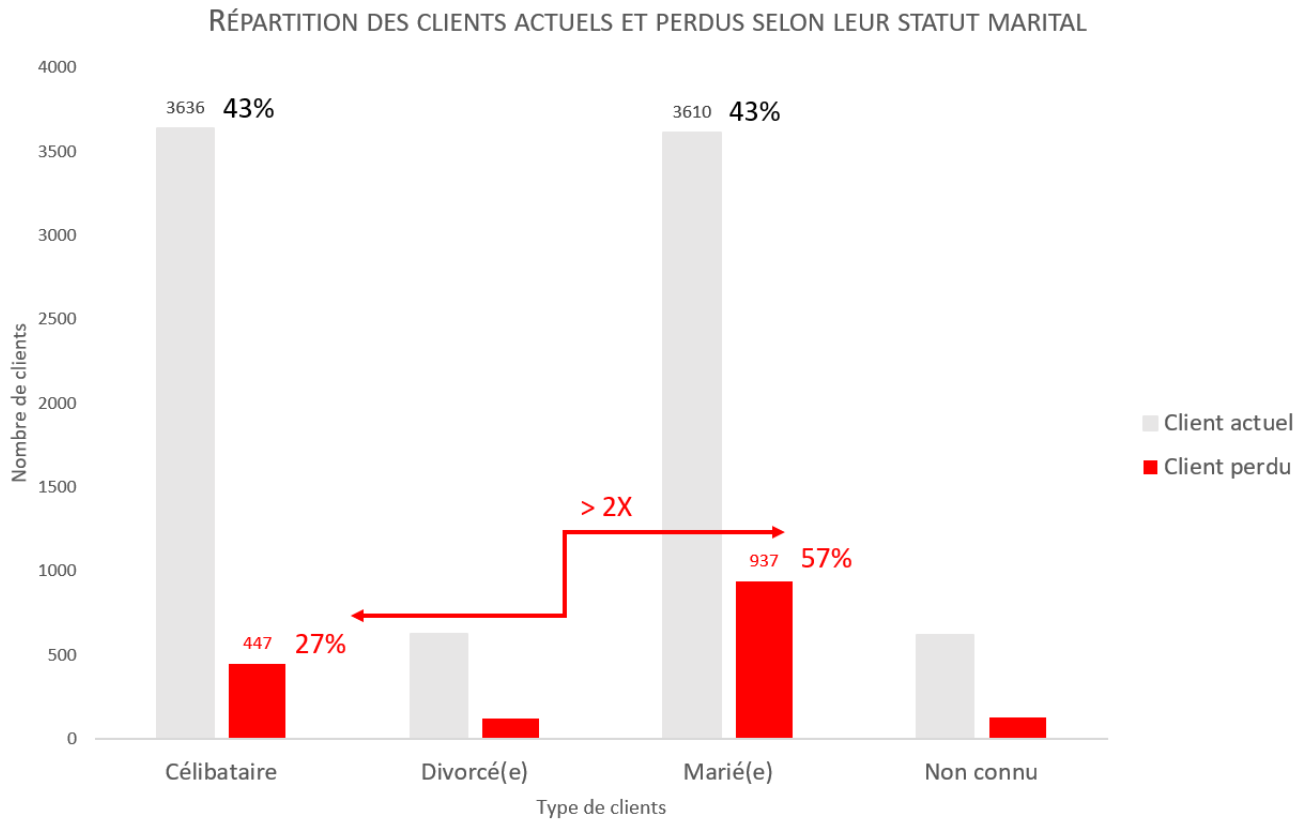
#### IV. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données (minimum 5 représentations graphiques) ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
<b>Objectif 1</b> Montrer que le <b>statut marital marié</b> est plus élevé chez les clients qui partent	<b>Visualisation 1</b> <i>Histogrammes comparés</i> des statuts maritaux pour les clients actuels et perdus	Pour mettre en évidence la répartition comparée des valeurs observées
<b>Objectif 1</b> Montrer que les <b>catégories de revenus</b> supérieures sont plus élevées chez les clients perdus	<b>Visualisation 2</b> <i>Graphique à barres comparées</i> des catégories de revenus des clients actuels et perdus	Pour mettre en évidence la répartition comparée des valeurs observées
<b>Objectif 1</b> Montrer que les <b>catégories de revenus</b> supérieures sont plus élevées chez les clients perdus	<b>Visualisation 3</b> <i>Graphique à barres</i> des catégories de revenus des clients perdus	Pour mettre en évidence la répartition comparée des valeurs observées
<b>Objectifs 1 et 2</b> Montrer que les <b>clients perdus mariés et d'un revenu compris entre 40k€ et 60k€</b> sont prépondérants	<b>Visualisation 4</b> <i>Graphique à barres empilées 100%</i> des clients perdus par catégorie de revenus et statut marital	Pour mettre en évidence les clients mariés aux revenus compris entre 40k€ et 120k€ et identifier un profil du client qui part / ses raisons ?
<b>Objectifs 1 et 2</b> Montrer que le <b>nombre d'interactions</b> est plus élevé chez les clients qui partent	<b>Visualisation 5</b> <i>Histogrammes comparés</i> représentant le nombre d'interactions des clients	Pour mettre en évidence les écarts de répartition des valeurs observées et un seuil critique à 5 / les raisons du client qui part ?

<b>Objectif 1</b> Montrer que le <b>nombre de transactions</b> est plus élevé chez les clients qui partent	<b>Visualisation 6</b> <i>Graphique en secteurs</i> des moyennes du nombre d'interactions des clients actuels et perdus	Pour mettre en évidence le rapport de valeur des moyennes observées / les raisons de l'écart ?
<b>Objectif 1</b> Montrer que les clients qui partent ont une <b>utilisation moyenne de la carte</b> plus faible	<b>Visualisation 7</b> <i>Graphique en secteurs</i> des moyennes d'utilisation de leur carte par les clients actuels et perdus	Pour mettre en évidence le rapport de valeur des moyennes observées / les raisons de l'écart ?
<b>Objectifs 1 et 2</b> Montrer que le type de <b>carte Platinum</b> est surreprésenté chez les clients perdus	<b>Visualisation 8</b> <i>Graphique en secteurs</i> de répartition des possesseurs de cartes Platinum entre clients actuels et partis	Pour mettre en évidence le rapport de valeur des valeurs observées / les raisons du départ ?

## V. Visualisation de données : les graphiques sélectionnés et leur information – Objectifs 1 et 2

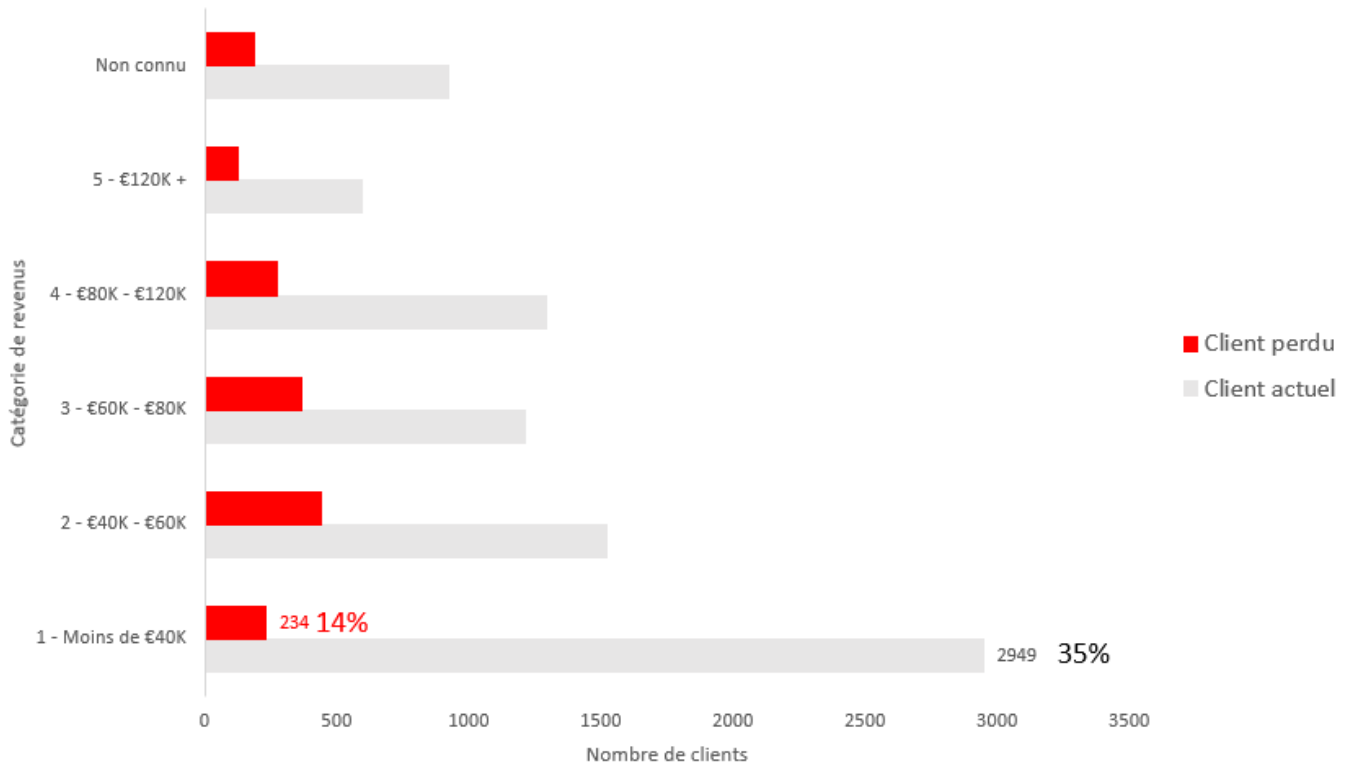
### Visualisation 1



- 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.

## Visualisation 2

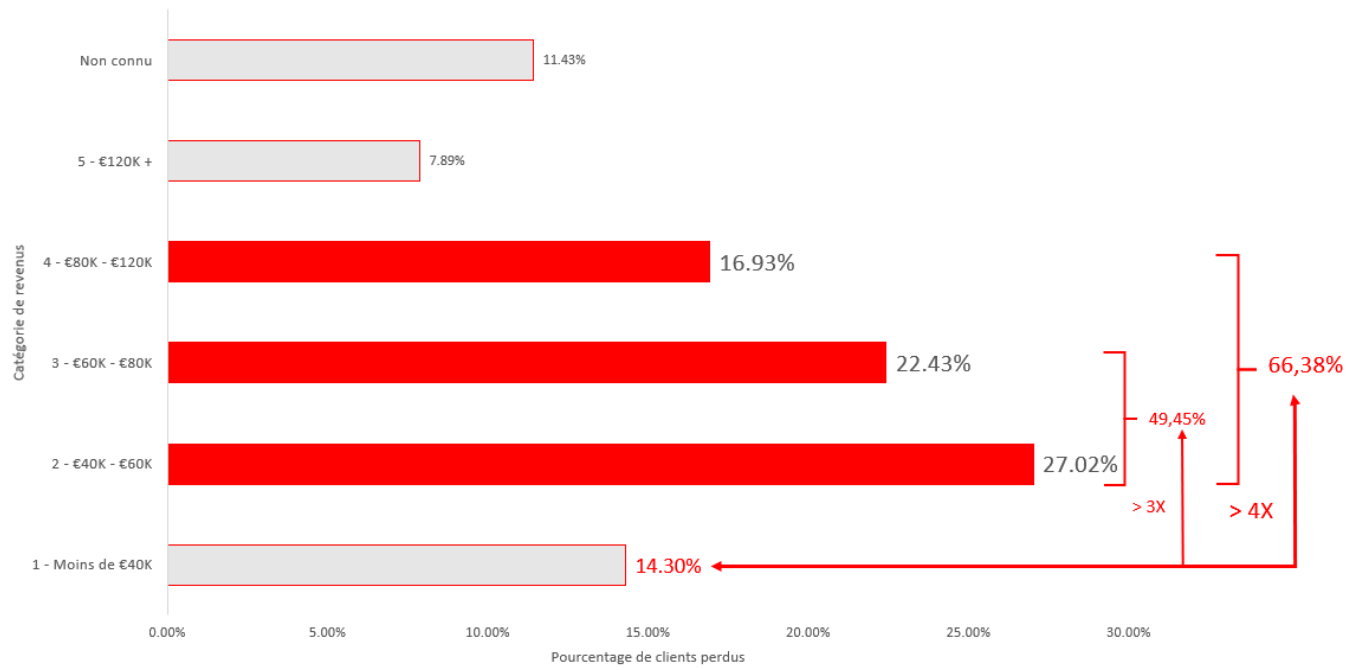
RÉPARTITION DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS



- 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.

## Visualisation 3

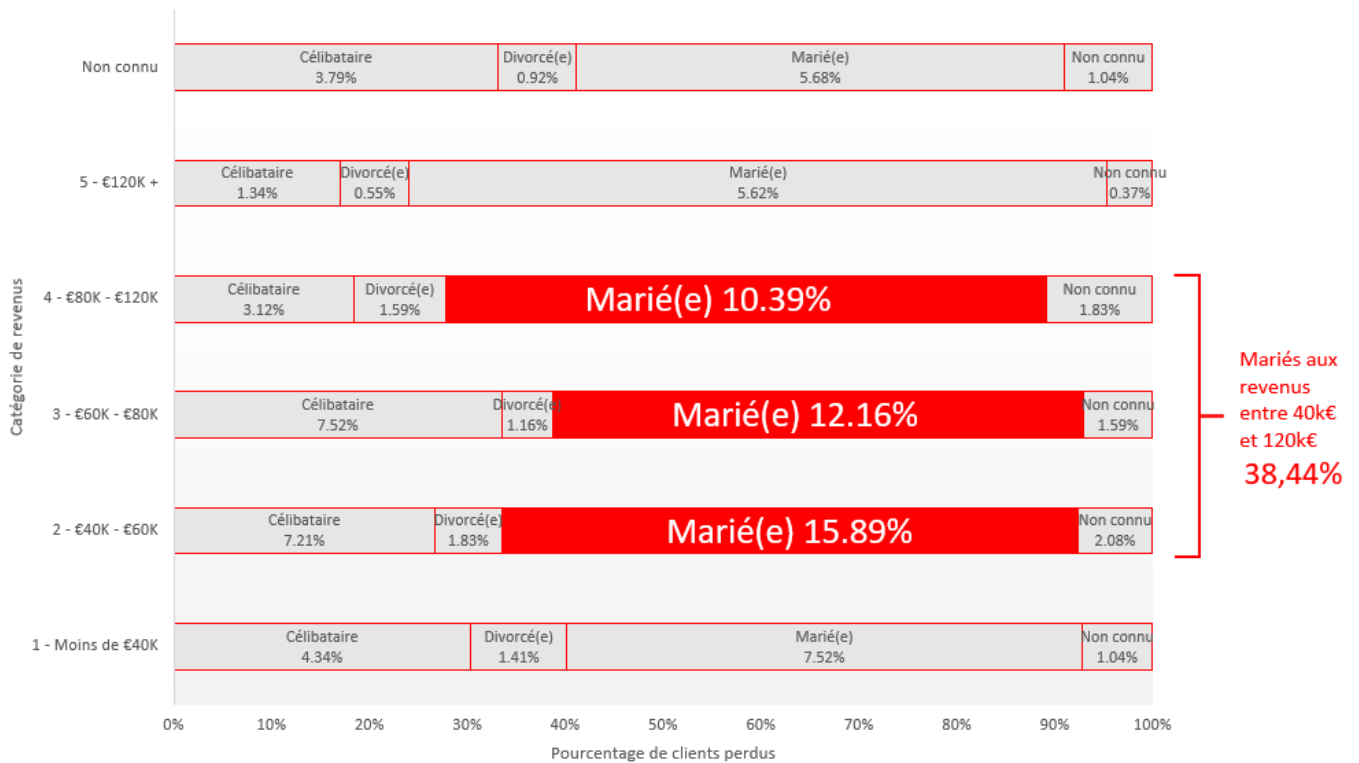
RÉPARTITION DES CLIENTS PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS



- 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€

## Visualisation 4

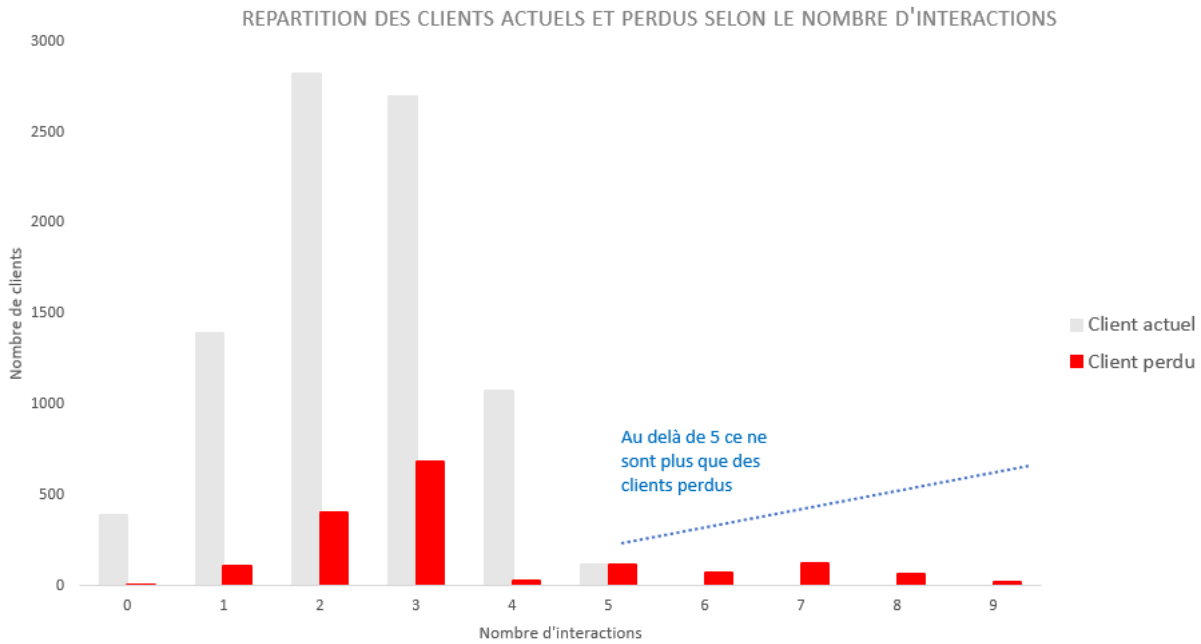
RÉPARTITION DES CLIENTS PERDUS SELON LEUR CATÉGORIE DE REVENUS ET LEUR STATUT MARITAL



- 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...



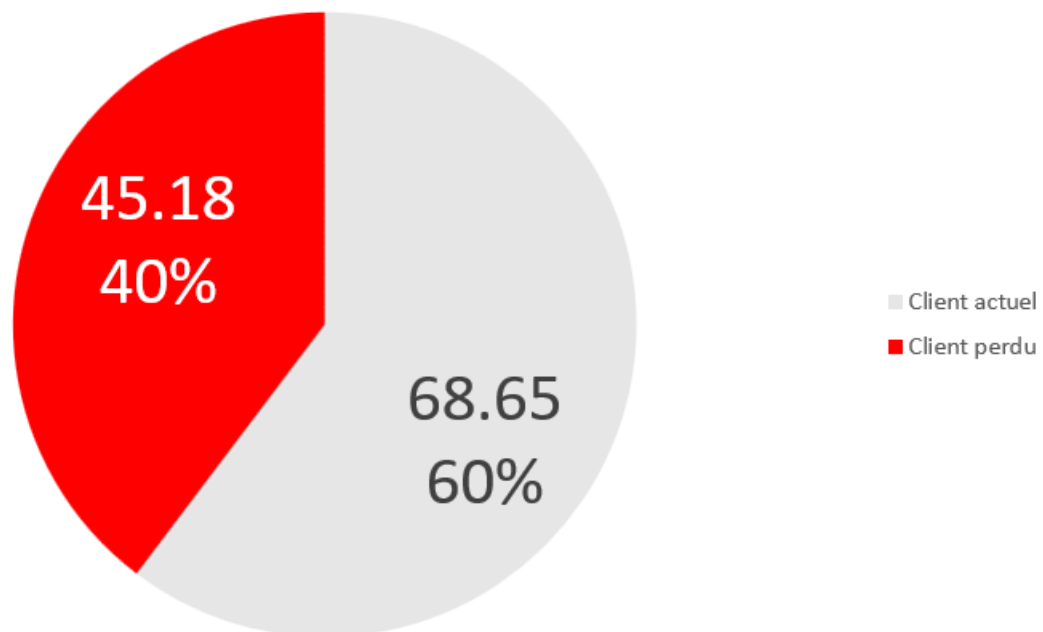
## Visualisation 5



- 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)

## Visualisation 6

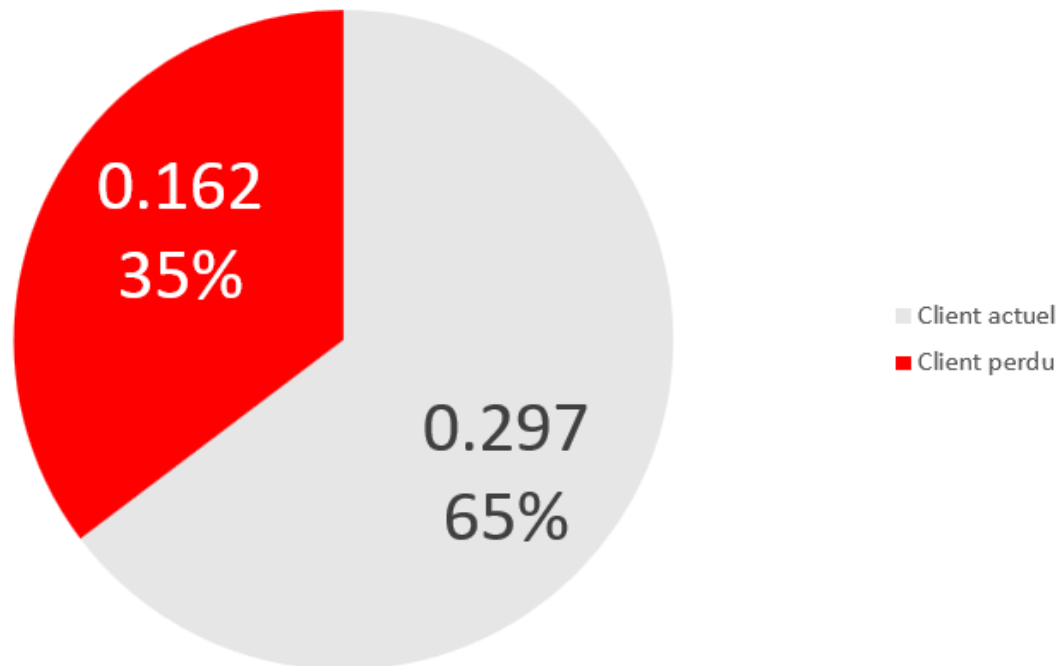
MOYENNE DU NOMBRE DE TRANSACTIONS DES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS



- 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

## Visualisation 7

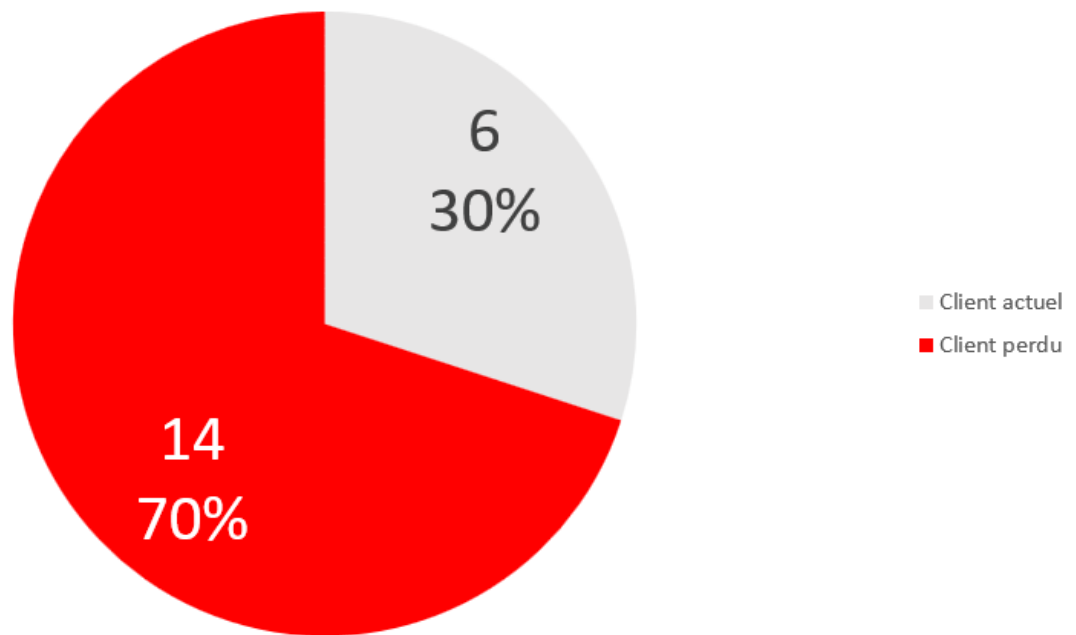
MOYENNE D'UTILISATION DE LA CARTE PAR LES CLIENTS ACTUELS ET PERDUS



- 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

## Visualisation 8

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 ?

## 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**

## 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.

---

Une estimation du nombre de clients sensibles 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
- les clients possesseurs de la carte Platinum

Condition OU

} Condition ET

A des fins de suivi de clientèle, le liste des identifiants clients concernés sera communiquée sur demande.