



# Primero Bank: Etude et Analyse des départs clients.

09/2024  
Medhi  
François.



## Notre compréhension de vos enjeux


- Enjeux de l'étude:

Comprendre et Limiter au mieux les départs de clients chez Primero BK\*

- Agenda – objectifs :

- Qui sont les clients ?
- Les départs de clients en chiffre,
- Analyse des données Primero BK,
- Caractéristiques des clients quittant la banque,
- Evaluation et estimation des clients actuels susceptibles de quitter la banque,
- Recommandations proposées,

\* Étude basée sur les données clients des 5 dernières années, fournies par Primero Bank



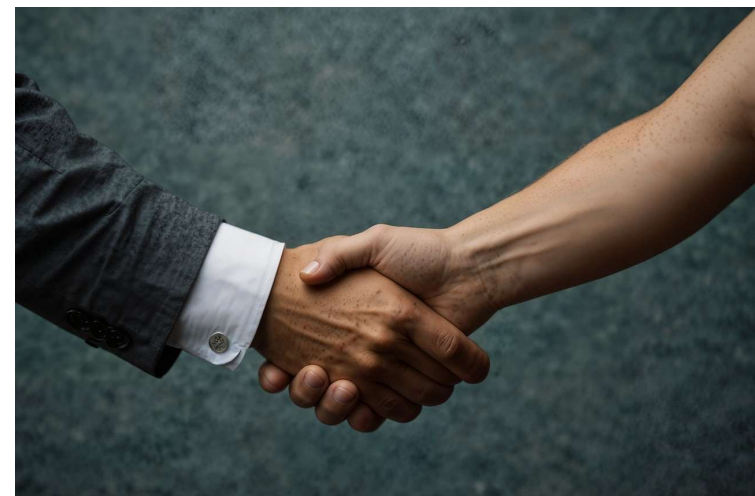


## Les clients types qui choisissent Primero Bank

Pour rappel, les profiles type tous clients confondus chez Primero Bank depuis 5 ans :

- Sont aussi bien des **Hommes** que des **Femmes**
- Ont **46 ans de** moyenne d'âge
- Ont **2/3 enfants** à charge.

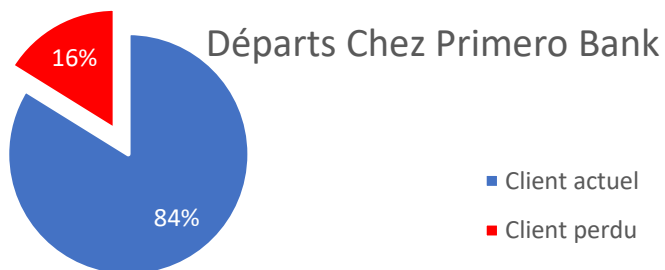
=> PRIMERO BK : clientèle **familiale!**



## Les départs chez Primero Bank

# 1 client sur 6

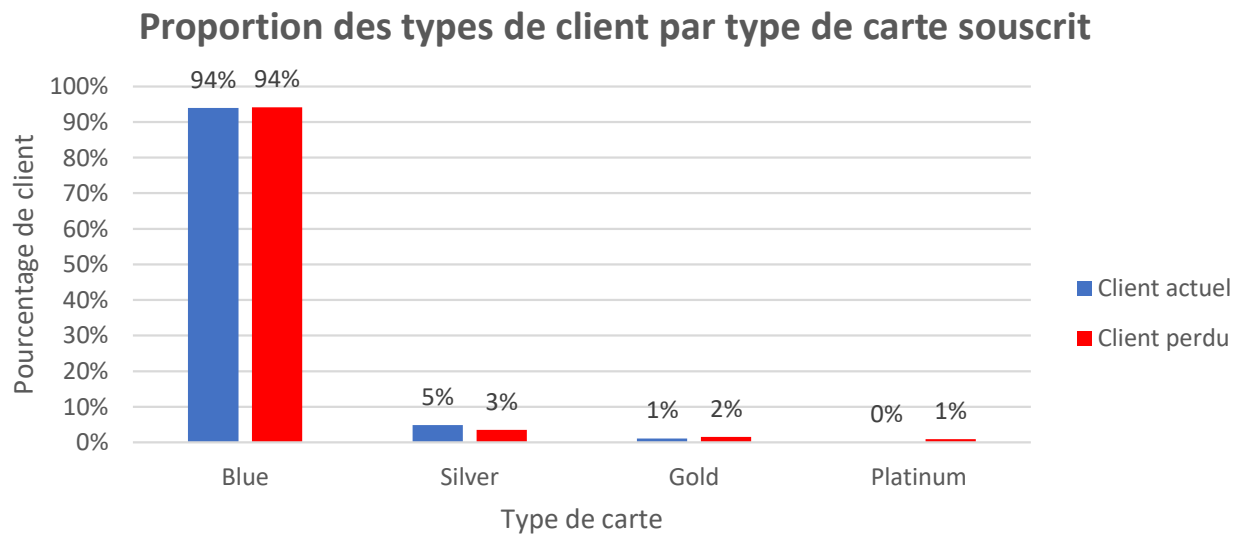
quitte actuellement PRIMERO BANK





## Répartition des clients par type de carte

L'analyse des données – Profil client

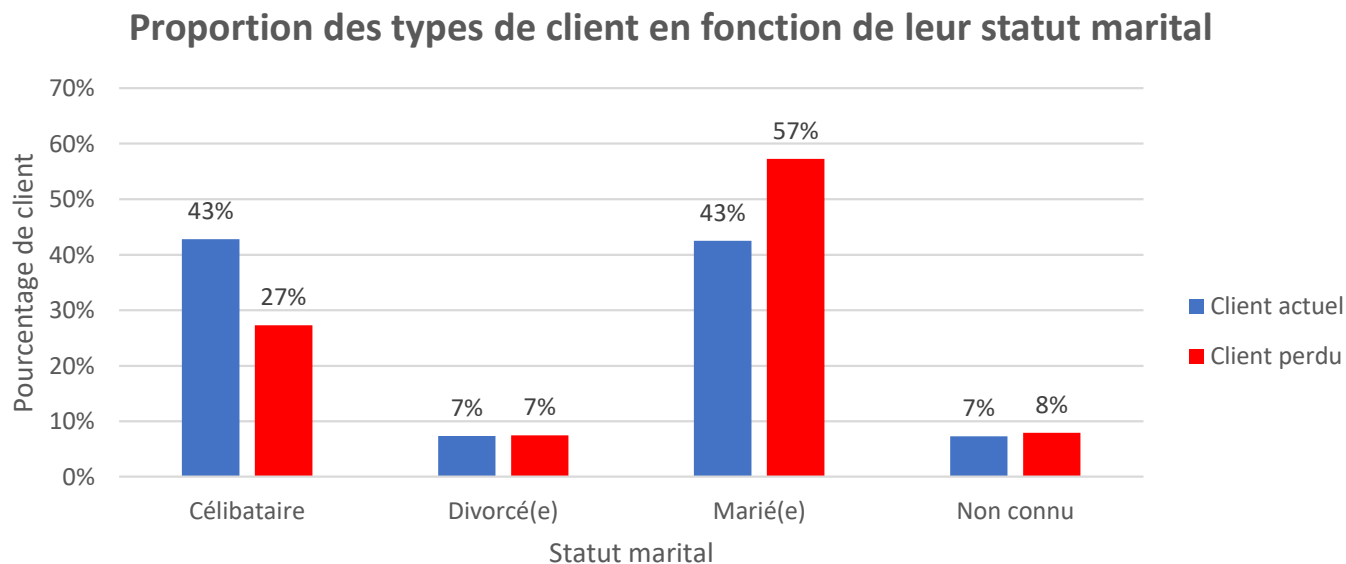


L'analyse du type de carte n'est **pas** un element caractéristique discriminant dans la perte de client.



## Répartition des clients par Statut marital

L'analyse des données – Profil client



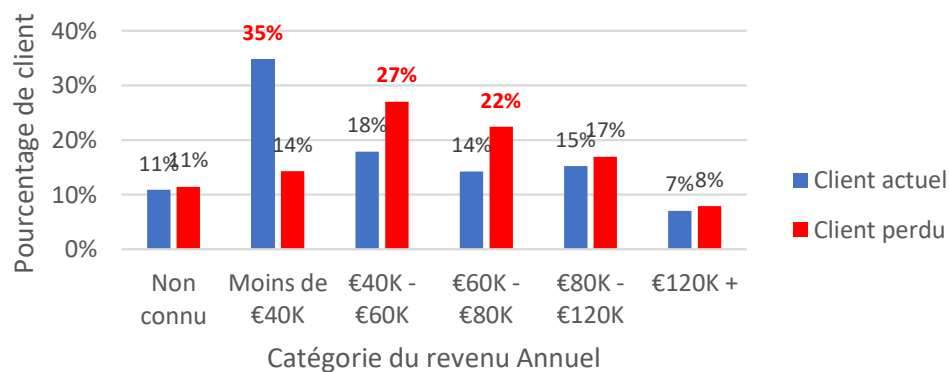
Plus d'**1 client sur 2** perdus sont mariés.



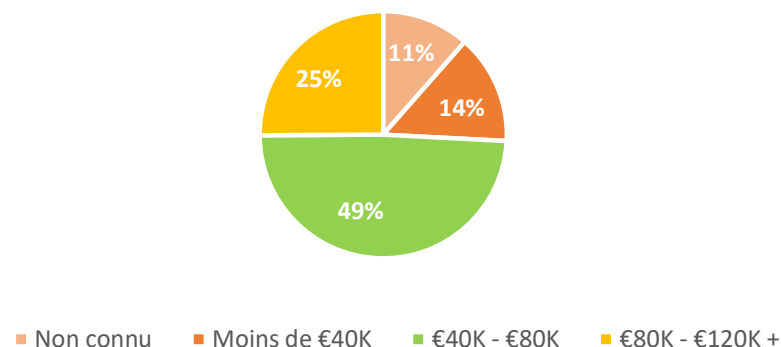
## Répartition des clients par catégorie de revenu

L'analyse des données – Profil client

Repartition des types de clients par catégorie de revenu



Pourcentage de clients perdus par catégorie de revenu



Les clients **perdus** ont une Catégorie de revenu annuel situé entre **€40K - €80K**.



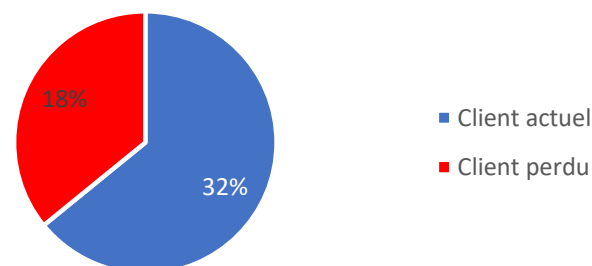
## Crédit renouvelé et utilisation de la carte chez les clients actuels et perdus

L'analyse des données – habitude d'utilisation

Montant moyen du credit renouvelé  
par statut de client (Euro)



Taux moyen de l'utilisation de la  
carte bancaire



Même decoupage entre le Montant Moyen de crédit et le Taux Moyen d'utilisation de la carte:

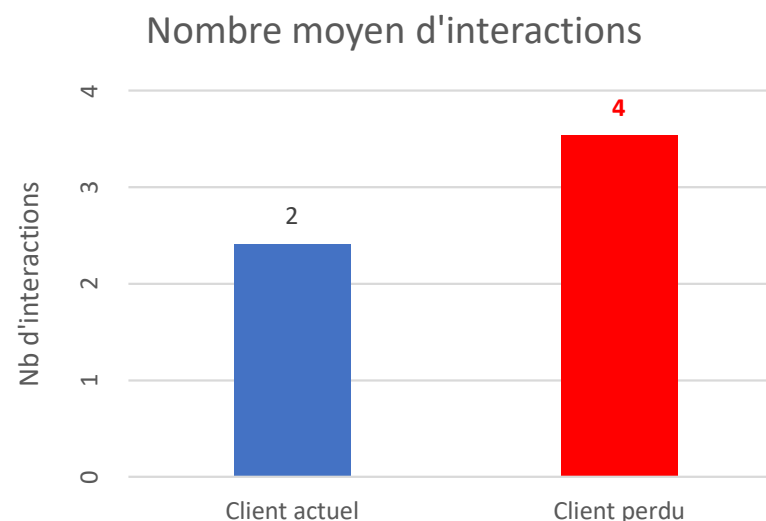
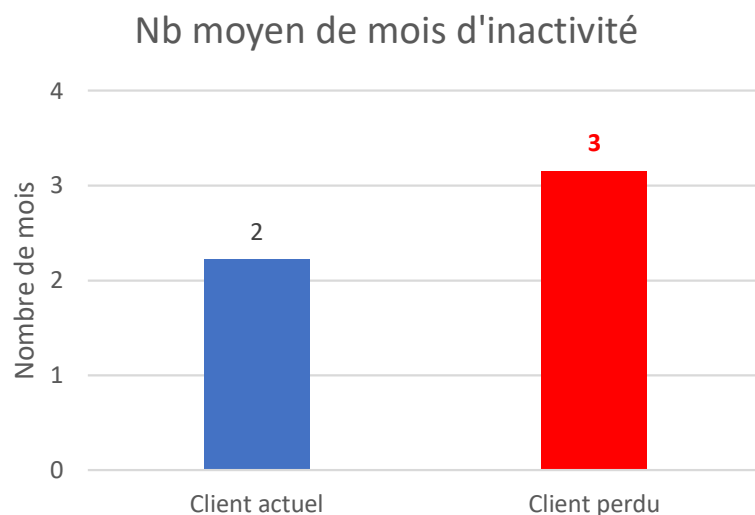
**Les clients perdus utilisent peu leur carte et aussi peu de credit renouvelable.**





## Nombre de mois inactif et nombre d'interactions chez les clients actuels et perdus

L'analyse des données – habitude d'utilisation

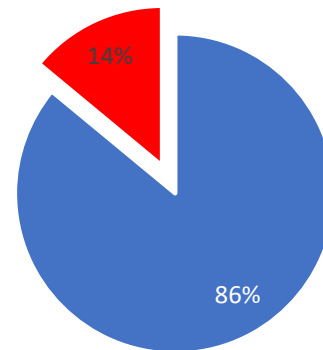


Ces 2 paramètres d'activités sont donc significatifs pour expliquer la perte de client chez Primero BK.

## Calcul des clients actuels à risques sur les 2 critères de profil: Marié et Revenu €40K - €80K

L'analyse des données: proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque

Clients à risque sur les critères de revenu et de Statut Marital (clients actuels)

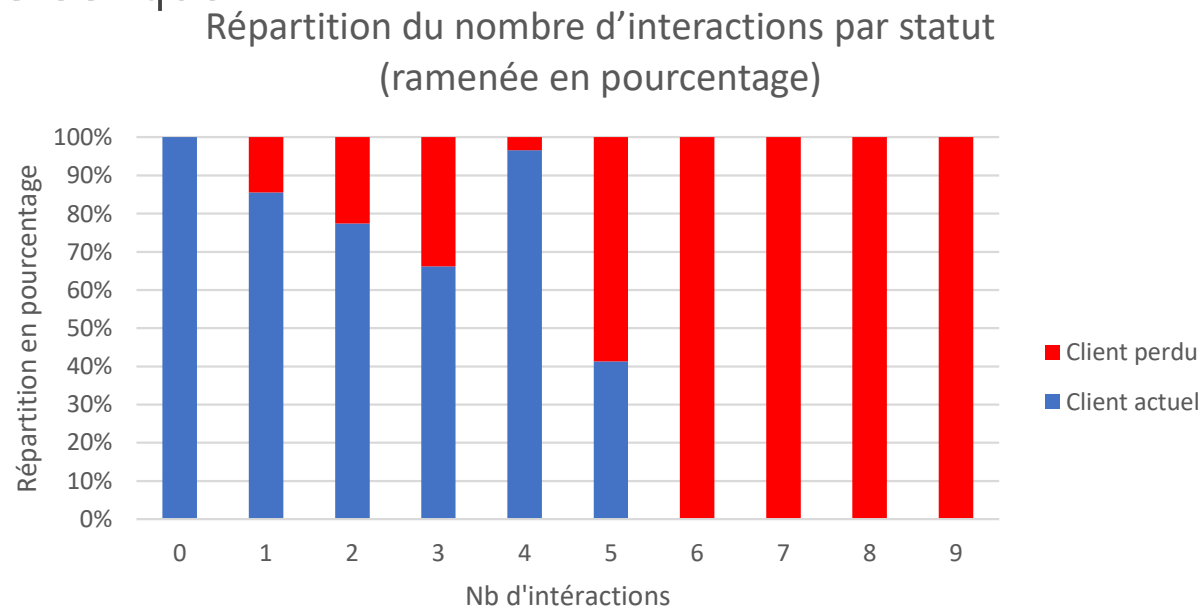


■ Pourcentage de client restant ■ Pourcentage de départ

**14%** des Clients actuels Primero BK sont potentiellement ciblés par les departs

## Calcul des clients actuels à risques: Raffinement lié au nombre d'interactions

L'analyse des données: proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque



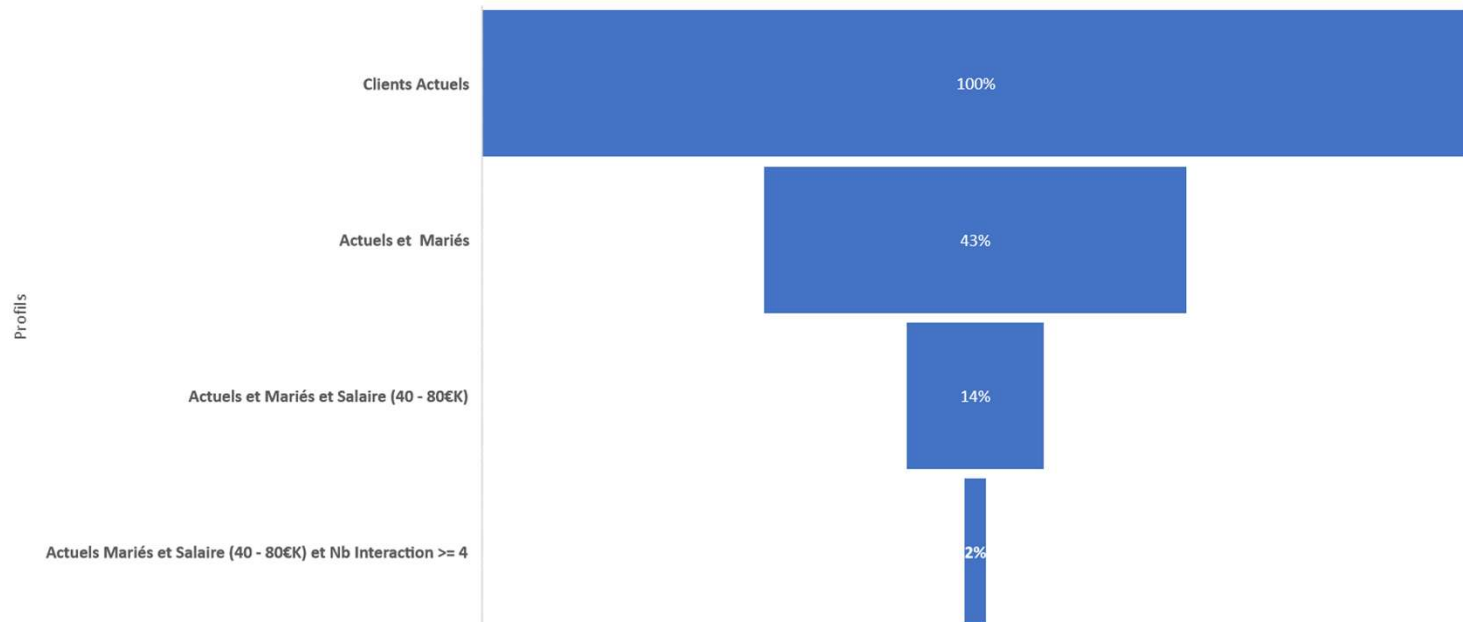
La 4-ème fois ou le client fois a tenté de joindre la banque est fatidique dans le depart de clients  
**=> 100%** des clients sont perdus après la 5-ème interaction!



## Calcul des clients à risques

### L'analyse des données: synthèse des estimations

Infographie du pourcentage de clients actuels susceptibles de quitter la banque par niveaux de focus (profils).



Il faut cibler la rétention des clients en priorité sur le **Statut Mariés, Salaire (40 - 80€K) et nombre d'interaction >= 4, ie sur les 2% identifiés.**

NB: Le nombre d'inactivité, suivant la même tendance, peut aussi encore affiner ces estimations!

## Bilan et recommandations

L'analyse ESN Data préconise donc les priorités suivantes pour PRIMERO BK:

=> **Se concentrer sur les clients actuels avec les profils identifiés à risques:**

- ✓ Statut Mariés
- ✓ Fourchette de Salaire (40 - 60€K) et (60K - €80€K)
- ✓ A partir de 4-ème Interaction avec la banque

=> **Recommandations ESN-DATA:**

- ✓ Un plan d'action avec les équipes marketing et du service client de Primero BK doit être mis en place,
- ✓ Proposer des offres commerciales ciblées pour cette catégorie de population sensible (ex. compte commun, carte gratuite pour le conjoint, offres d'épargne avantageuses..)
- ✓ Anticiper en amont dès la 3-ème fois où le client a tenté de joindre la banque afin de faire le point sur la situation et lui proposer des offres marketing spécialement ciblées.

**= > Objectif à terme sauver au moins 14 % des clients actuels!**





L'analyse croisée des données de Primero BK parle d'elle-même ! Des vagues de départs peuvent être évitées en anticipant des actions ciblées avec les bons leviers préconisés par l'équipe ESN Data!