

MASTER DONNÉES, APPRENTISSAGE ET
CONNAISSANCES-DAC

RAPPORT PROJET BIUM

FIDÉLISER LES CLIENTS

REALISÉ PAR :

DJEDDAL HANANE
TOUZARI LITICIA

Contents

1	Introduction	2
2	Présentation de la Problématique	3

1 Introduction

Le Churn, qui désigne le désabonnement des clients, est un problème très récurrent dans l'industrie. Trouver des nouveaux clients étant plus difficile, surtout si le marché est saturé, comme est le cas en télécommunication, plusieurs entreprises préfèrent investir dans la prévention de perte de clients.

Plusieurs solutions existent pour prédire le churn qui permettent de cibler les clients susceptibles de se désabonner et de leur offrir, par la suite, des abonnements plus intéressants pour les convaincre de prolonger leurs contrats. Une autre question se pose, est-ce que c'est possible de prévenir les clients de vouloir se désabonner?

Dans ce projet, on va utiliser le Data Mining sur un ensemble de bases de données des opérateurs téléphoniques pour étudier les profils des clients pour pouvoir identifier les facteurs clés de churn.

2 Présentation de la Problématique

Dans ce projet, on souhaite étudier les profils des clients afin d'identifier les facteurs clés qui causent le Churn. Notre schéma doit nous permettre, donc, de répondre aux besoins suivants :

1-Savoir les tranches d'âge de l'ensemble des clients.

2- Analyser :

- Le nombre des clients qui se désabonnent.
- Le nombre total de minutes par jour.
- Le nombre des appels par jour.
- Le nombre des sms par jour.
- Le nombre de message vocal par jour.
- Le nombre des appels le soir.
- Le nombre des sms le soir.
- Le nombre de message vocal le soir.
- Le nombre des appels au service client.
- La charge moyenne.

En fonction de :

- Sexe.
- Tranche d'âge.
- État civil.
- Ancienneté.
- Type d'abonnement téléphonique.
- Profession
- Si le client a un ordinateur ou pas.

On veut aussi analyser l'ancienneté des clients par sexe, tranche d'âge, état civil, type d'abonnement, profession et si le client a un ordinateur ou pas