



# Mission analyse de données Primero Bank

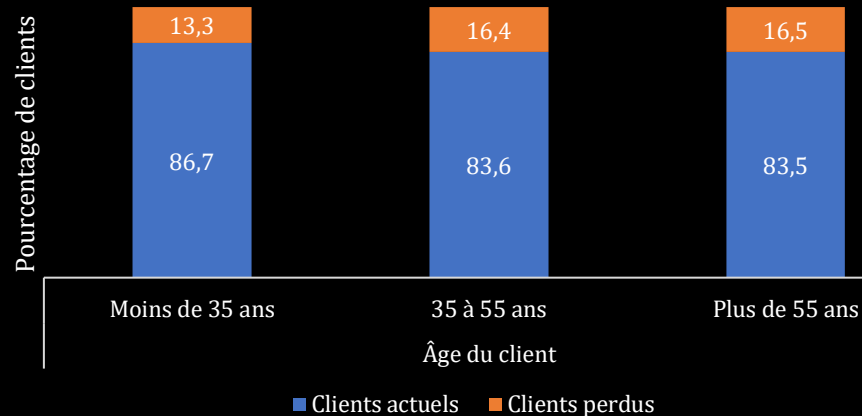


## Contexte et enjeux de la mission

- La mission est commanditée par Primero Bank, c'est une banque 100% en ligne qui existe depuis 5 ans. Elle propose des opérations courantes ou habituelles comme les autres banques à la seule différence qu'elle ne dispose d'aucune agences physiques. Elle propose également 4 offres tarifaires en matière de cartes, la carte bleue est gratuite et les 3 autres cartes sont payantes : Silver, Gold, Platinum (cette dernière a été créée il y a 6 mois)
- La mission consiste à faire des analyses, préliminaires pour la rédaction d'un plan d'action suite à la perte de plus de 16% de clients de la banque
- Les objectifs de ces analyses sont les suivants :
  - Identifier les profils types des clients qui quittent la banque
  - En déduire au moins 5 pistes d'analyse sur les raisons pour lesquelles ils sont partis
  - Identifier parmi les clients actuels, les profils qui pourraient partir

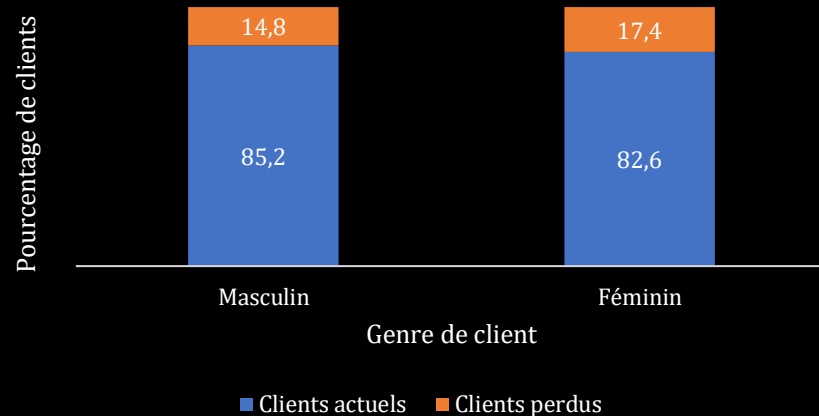
# L'analyse des caractéristiques propres aux clients en fonction du statut du client (1)

Pourcentage de catégorie d'âge des clients en fonction du statut



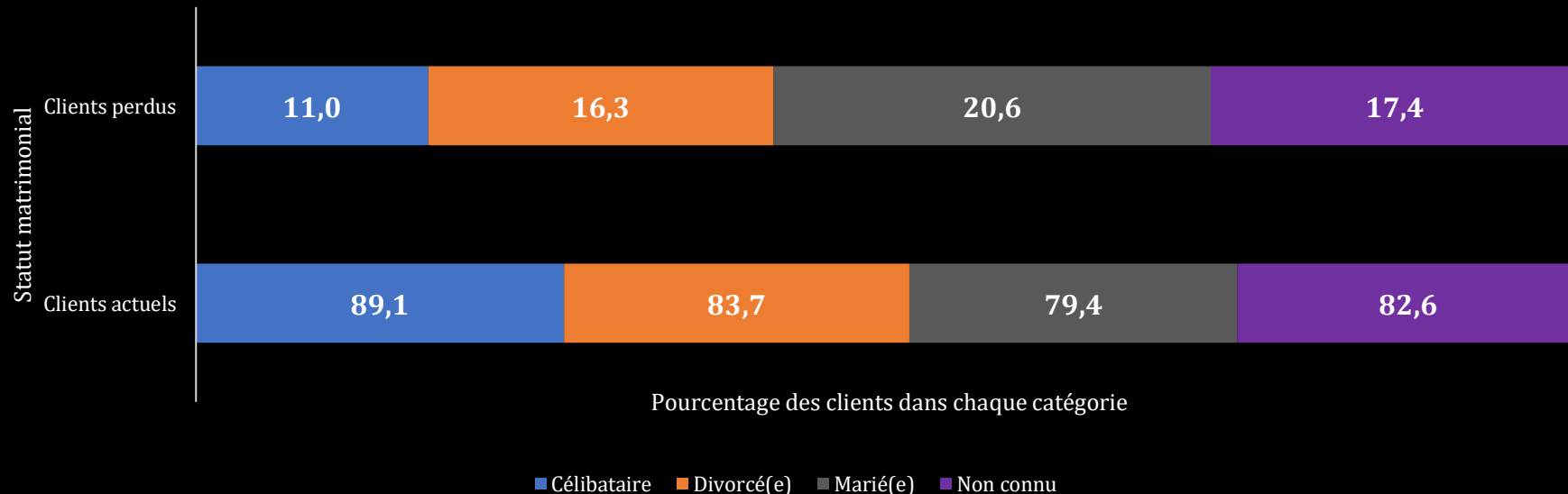
- Clients >35 ans (16%) ont plus tendance à quitter la banque que les moins de 35 ans de 13%
- Les + de 55 ans ont 1,2 fois plus de risque de partir que les moins de 35 ans
- Le fait que ce soit totalement en ligne serait probablement un frein pour les clients les plus âgées( voir si l'interface est facile d'utilisation)
- En ce qui concerne cette catégorie  $1\,371/8\,496 = 16\%$  de clients pourraient partir si rien n'est fait

Pourcentage du genre des clients en fonction du statut



- Clients féminins(17%) ont plus tendance à partir que les hommes (15%)
- Les femmes ont 1,2 fois plus de risque de partir que les hommes
- Les femmes auraient en général plus de charges familiales et auraient moins de temps disponibles
- En ce qui concerne cette catégorie  $1\,370/8\,496 = 16\%$  de clients pourraient partir si rien n'est fait

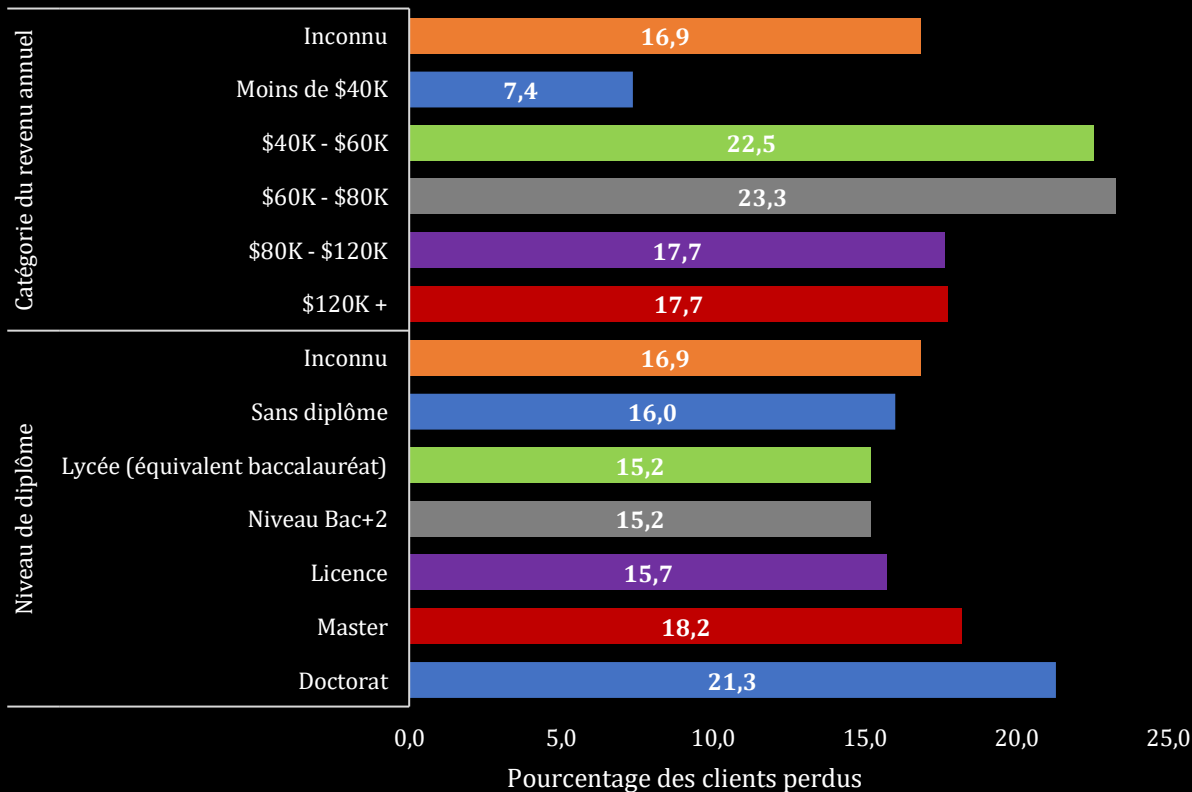
Pourcentage statut marital en fonction du statut client



- Clients mariés (20%) ont plus tendance à partir que les célibataires (11%)
- Les mariés ont 1,9 fois plus de risque de partir que les célibataires
- Les mariés auraient en général des projets qui les amèneraient à aller vers d'autres structures pour obtenir les financements!
- En ce qui concerne cette catégorie  $1\,352/8\,496 = 16\%$  de clients pourraient partir si rien n'est fait

# L'analyse des caractéristiques propres des clients perdus

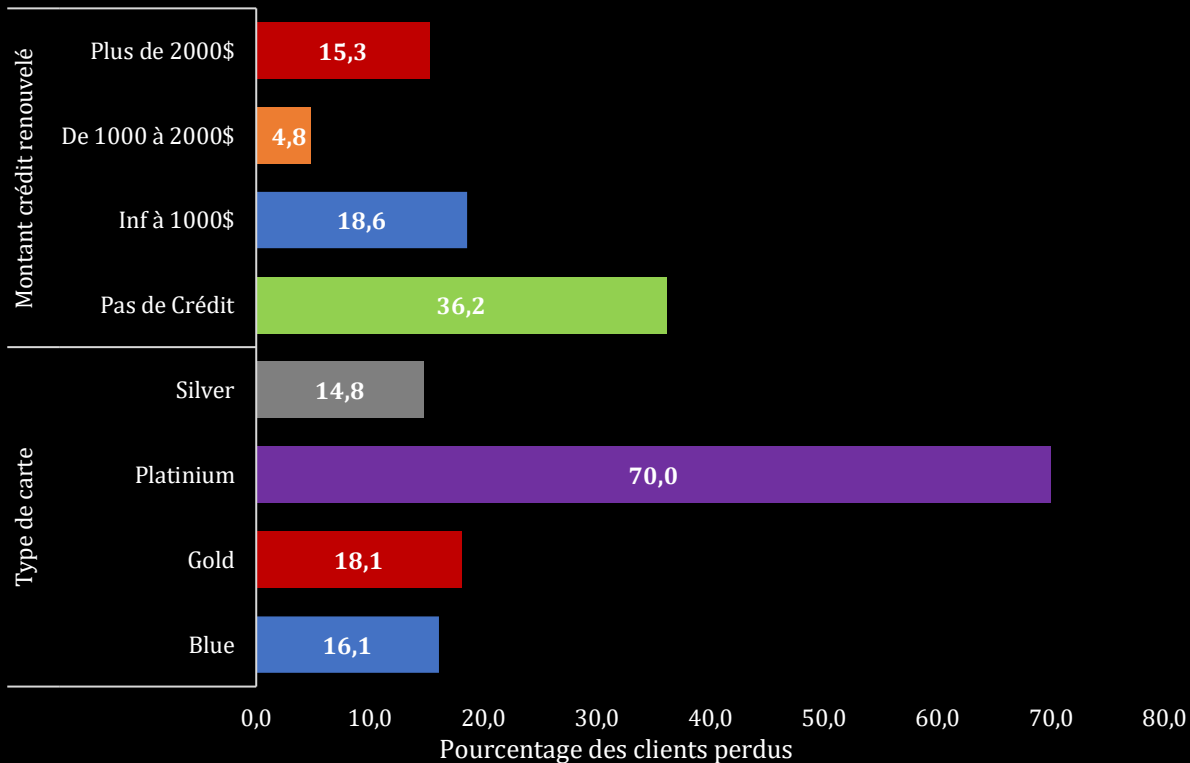
## Taux de perte en fonction du diplôme et du revenu annuel



- \$40K-\$80K(23%) ont plus tendance à partir que ceux qui ont moins de \$40K(7,4%)
- \$60K - \$80K ont 3,2 fois plus de risque de partir que ceux qui gagnent moins de \$40k
- Ils auraient probablement des attentes qui ne sont pas satisfaites
- En ce qui concerne cette catégorie 1 330/8 496= 16% de clients pourraient partir si rien n'est fait

- Doctorant (21,3%)ont plus tendance à partir que ceux qui sont sans diplôme (16%)
- Doctorant ont 1,3 fois plus de risque de partir que ceux qui la cat « sans diplôme »
- C'est du au fait que les femmes seraient majoritaire dans la catégorie « doctorant »
- En ce qui concerne cette catégorie 1 370/8 496= 16% de clients pourraient partir si rien n'est fait

## Taux de perte en fonction du crédit renouvelé et du type de carte

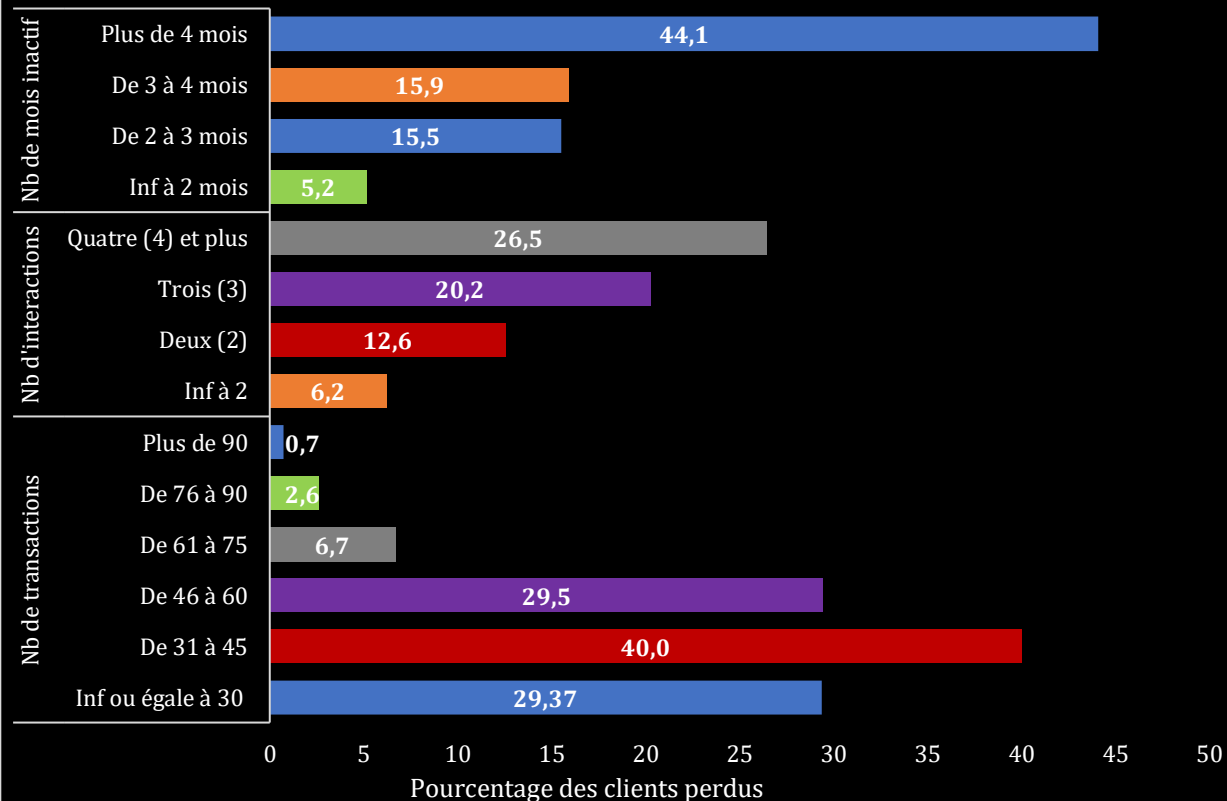


- Pas de crédit (36%) ont plus tendance à partir que ceux qui ont une fourchette de crédit renouvelé de 1000 à 2000\$ (5%)
- Les clients n'ayant pas de crédit ont 4 fois plus de risque de partir que ceux qui ont de 1000 à 2000 \$ de crédit
- Aucun crédit serait un facteur de départ
- En ce qui concerne cette catégorie 1 214/8 496= 14% de clients pourraient partir si rien n'est fait

- Platinum (70 %) ont plus tendance à partir que les clients ayant une carte blue (16%)
- Platinum ont 4,4 fois plus de risque de partir que les clients carte blue
- C'est du aux conditions d'utilisation de la carte (qui devrait être revue)
- En ce qui concerne cette catégorie 1 366/8 496= 16% de clients pourraient partir si rien n'est fait

# Analyse de l'utilisation des offres et services de la Banque par les clients perdus

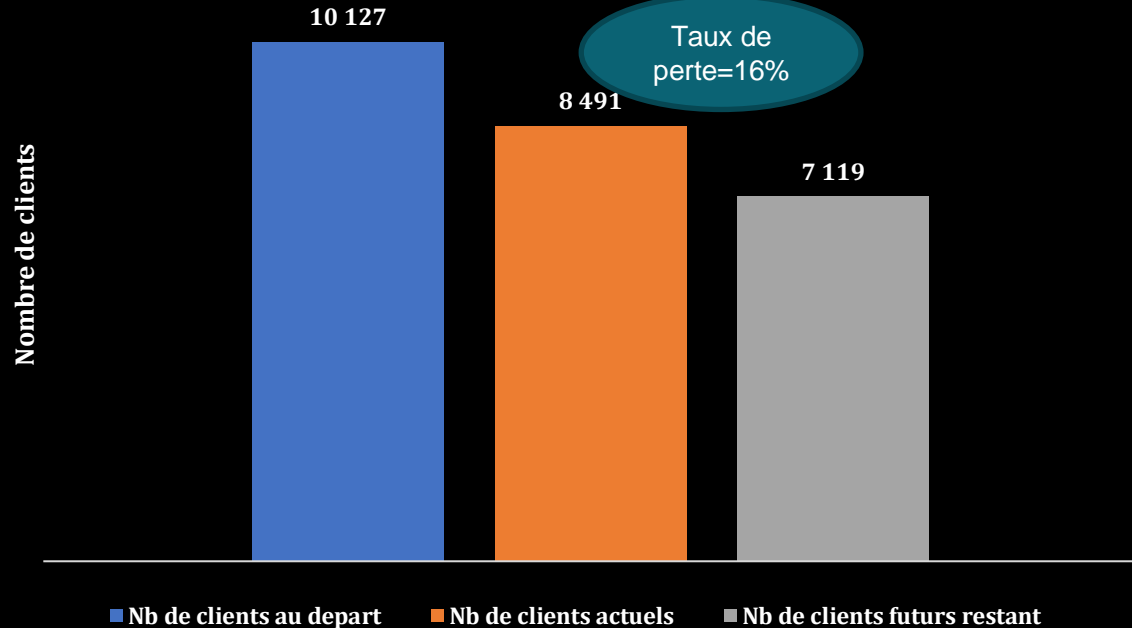
## Taux de perte en fonction du nombre de mois inactif, nombre d'interactions et nombre de transactions



- Plus de 4 mois sans transactions(44%) ont plus tendance à partir que - de 2 mois (5,2%)
- Ils ont 8 fois plus de risque de partir que ceux qui font moins de 2 mois sans activité
- Ceux qui font moins de transactions ont tendance à quitter la banque
- 15% de clients pourraient partir si rien n'est fait
- Les clients qui interagissent plus(26,5%) avec la banque ont tendance à partir (besoin!)

- Transactions 31-45 (40 %)ont plus tendance à partir que ceux qui font plus de 90 transactions à l'année (0,7%)
- 31-45 ont 55 fois plus de risque de partir que ceux qui font + 90
- Soit ils ont une solution de repli ailleurs soit ils ne sont pas à l'aise avec le tout numérique
- En ce qui concerne cette catégorie 1 132/8 496= 13% de clients pourraient partir si rien n'est fait

## Evolution du nombre de clients de la banque



- En l'état actuel si rien n'est fait la proportion des clients actuels qui pourraient quitter la banque est de 16%





## Conclusion

Les clients perdus sont généralement les clients âgés de plus de 35 ans , généralement des femmes, des personnes mariés, les doctorants, les détenteurs de la carte Platinium, les clients qui ont plus de 4 mois d'inactivité, plus de 4 interactions avec la banque et ceux qui font moins transactions par an et utilisent très peu leur carte bancaire.

Si on ne fait rien ,la banque va perdre environ 1300 clients à l'avenir, le risque de partir serait d'environ 16% sur les effectifs des clients actuels

Il aurait été intéressant d'avoir les éléments ou les raisons des différentes interactions des clients qui ont quitté la banque ou leur date de départ.

Faudrait probablement penser à mettre en place des programmes de fidélisation de la clientèle.