

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	WOUOGOU Hélène	Date	7 mars 2023
Nom du client	Primero Bank	Sujet de l'analyse	Mission analyse de données Primero Bank

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.

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

III. Données : avez-vous des opérations de nettoyage à réaliser ?

Listes des opérations de nettoyage des données à réaliser	Raison pour laquelle cette opération est nécessaire
Analyser les informations du fichier	Pour vérifier l'absence de problème et inspecter le document
Suppression de la ligne 1, ligne informative du début	Pour pouvoir faciliter l'exploitation, organiser le fichier en liste de données
Convertir les données en tableau excel	Cela permettra de faciliter l'exploitation de données
Supprimer le logo de primero Bank à l'entête de la cellule portant le numéro client	Dans la ligne d'en tête pour titre nous ne devons avoir que le nom de la variable pour éviter toute confusion

IV. 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 du client	Parmi les 10126 clients, un peu moins des 1/5 des clients ont quitté la banque (16,15%)	1
Âge du client	<p>La médiane d'âge des clients perdus est de 47 ans avec un IQR (interquartile) de 41 à 52. Le pourcentage des 35 à 55 ans (16,5%) et des plus de 55 ans (16,4%) qui quittent la banque parmi les clients de la banque sont sensiblement les mêmes.</p> <p>Les plus de 55 ans ont 24% plus de risque de quitter la banque par rapport aux moins de 35 ans.</p> <p>A contrario les moins de 35 ans représentent 13,3% des clients perdus</p> <p>Le fait que tout soit numérique serait probablement un frein pour les plus âgés voir si l'interface est facile d'utilisation</p> <p>En fonction de l'âge 16% de clients actuels pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1, 2 et 3
Genre du client	Parmi les clients femmes de la banque, 17,4%	1 et 2

	<p>sont perdus.</p> <p>Parmi les clients hommes de la banque 14,8% sont partis.</p> <p>Les femmes avaient plus tendance à partir que les hommes, Elles ont 18 % plus de risque de s'en aller que les populations masculines.</p> <p>Les femmes auraient en général plus de charges familiales qui ne leur laisseraient pas assez de temps pour se connecter sur leur espace bancaire</p> <p>En fonction du genre 16% des clients actuels pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	
Nb de personnes à charge	<p>Le pourcentage des clients perdus en fonction du nombre de personnes à charge varie de 15 à 18%.</p> <p>Il semble que le nombre de personnes à charge à très peu d'effets sur le départ des clients</p> <p>En fonction du nombre de personnes à charge 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1
Niveau de diplôme	<p>Il semble que les clients les plus diplômés ont tendance à plus partir (doctorat 21,28 % master 18,22%) alors que 16,01 % des sans diplômes sont partis</p> <p>Un doctorant aurait 33 % plus de risque de quitter la banque qu'un sans diplôme.</p> <p>En fonction du diplôme 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1, 2 et 3
Statut marital	<p>Les clients mariés (20,61%) quittent davantage la banque que des clients ayant un autre statut marital : célibataires (10,95%), divorcés (16,31%), non connus (17,4%).</p> <p>Les mariés ont 88% plus de risque de quitter la banque qu'un client célibataire.</p> <p>Les offres de la banque ne répondent peut-être pas aux attentes des personnes en couple (accompagnement projet). Elles auraient probablement aussi moins de temps libre à passer sur l'appli ou sur internet,</p> <p>En fonction du statut marital 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1, 2 et 3
Catégorie du revenu annuel	<p>Les clients ayant un revenu entre \$40K - \$60K (22,5%) et \$60K - \$80K (23,3%) quittent</p>	1, 2 et 3

	<p>davantage la banque que les autres catégories.</p> <p>Ceux ayant un revenu de moins de \$40K ont une faible proportion de départ (7,35%).</p> <p>Les clients avec \$60K - \$80K de revenus ont 3,16 fois plus de risque de quitter la banque que les clients ayant moins de \$40K.</p> <p>Cette catégorie ne trouve-t-elle pas les offres qui lui correspondent ?</p> <p>En fonction du revenu annuel 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	
Type de carte	<p>Les clients possédant une carte Platinum (70%) quittent davantage la banque que des clients possédant d'autres types de carte : Blue(16,1%),Gold (18,1%),Silver (14,77%). Ils ont plus de 4 fois plus de risque de partir qu'un client possédant la carte blue.</p> <p>Cela peut être lié aux conditions d'utilisation de la carte (frais, avantages) qui ne sont pas attrayantes ou adaptées</p> <p>En fonction du type de carte 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1,2 et 3
Durée d'engagement en mois	<p>La médiane des durées d'engagements est de 36 mois pour l'ensemble des clients de la banque.</p> <p>Le pourcentage des clients ayant quitté la banque varie de 15,3% à 16,5%.</p> <p>Il semble que la durée d'engagement aurait moins d'effet que les autres variables sur le départ des clients.</p> <p>En fonction de la durée d'engagement 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1 ;2 et 3
Nb de mois inactif	<p>Parmi les clients ayant plus de 4 mois d'inactivités 44,11 % ont quitté la banque.</p> <p>Ceux ayant une inactivité inférieure à 2 mois seulement 5,2% sont partis de la banque.</p> <p>Les clients ayant plus de 4 mois d'inactivité ont 8,5 fois plus de risque de partir que des clients ayant une inactivité inférieure à 2 mois</p> <p>En fonction du nombre de mois inactif 15% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1 et 3
Nb d'interactions	<p>Environ 50 % des clients perdus ont échangé 3 fois avec la banque.</p> <p>Parmi les clients qui partent 26,45 % ont interagité plus de 4 fois avec la banque.</p>	1,2 et 3

	<p>Parmi ceux qui ont eu moins de 2 contacts avec la banque 6,22 % sont partis.</p> <p>Il semble que les clients qui ont le plus d'interactions partent le plus. Ils seraient probablement insatisfaits, faudrait tabler sur le type de demande pour éventuellement découvrir le motif d'insatisfaction et améliorer les offres de services</p> <p>Les clients ayant eu plus de 4 contacts sur 12 mois avec la banque ont 4,2 fois plus de risque de partir que ceux ayant eu moins de 2 contacts avec la banque.</p> <p>En fonction du nombre d'interaction 16% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	
Montant crédit renouvelé	<p>La moitié des clients qui quittent la banque n'ont pas de crédit en cours.</p> <p>Parmi les clients de la banque, 36,15 % des clients perdus n'ont pas de crédit renouvelé. Parmi les clients de la banque seul 4,9 % des clients ayant entre 1000-2000\$ de crédits ont quitté la banque.</p> <p>En général ce sont les clients qui ont moins de crédits qui quittent la banque. Les clients n'ayant aucun crédit ont 7,5 fois plus de risque de quitter la banque que des clients ayant entre 1000 à 2000\$ de crédit.</p> <p>Le fait de n'avoir aucun crédit encours, avec la banque serait un facteur qui contribuerait fortement au départ des clients, pas d'engagement = départ.</p> <p>En fonction du montant crédit renouvelé 14% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1,2 et 3
Nb de transactions	<p>La moitié des clients qui ont quitté la banque, ont fait 43 transactions sur les 12 derniers mois.</p> <p>Parmi les clients de la banque 40% des clients qui quittent la banque ont eu entre 31 et 45 transactions.</p> <p>Parmi les clients de la banque seul 0.72 % des clients perdus ont plus de 90 transactions.</p> <p>En général ceux qui reste font 2 fois plus de transactions(+90) que ceux qui partent(-45)</p> <p>Les personnes qui font moins de transactions ne seraient peut-être pas à l'aise avec l'outils, ou l'interface ne serait pas très facile à utiliser, ni intuitif.</p>	1

	En fonction du nombre de transaction 13% pourraient quitter la banque à l'avenir	
Utilisation moyenne de la carte	<p>Il ressort que la moitié des clients qui ont quitté la banque n'utilisaient pas du tout leur carte.</p> <p>Parmi les clients de la banque 36,15 % des clients perdus n'utilisaient pas leur carte. Parmi les clients de la banque seul 9 % des clients perdus utilisaient en moyenne 0,5 fois par jour leur carte (15 fois par mois). Les clients qui n'utilisent pas du tout leur carte ont 4 fois plus de risque de quitter la banque que ceux qui l'utilisent en moyenne 15 fois par mois.</p> <p>Les clients ayant une utilisation quasi nulle de carte ne trouveraient pas vraiment une réelle utilité de celle-ci d'où leur départ de la banque car ils auraient probablement un autre compte dans une autre banque.</p> <p>En fonction de l'utilisation moyenne de la carte 15% pourraient quitter la banque à l'avenir</p>	1,2 et 3

V. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
Objectif 1 Objectif 2 Objectif 3	Graphiques à barres et histogrammes	<p>J'ai choisi ces types de graphiques pour visualiser les valeurs spécifiques des clients qui ont quitté la banque dans chaque catégorie selon le statut client.</p> <p>Les graphiques à barres et histogrammes sont utiles pour comparer les valeurs de différentes catégories et pour visualiser les tendances.</p>

Textes en jaune : ce sont des pistes d'analyses