

Rapport d'analyse – Primero Bank

| | | | |
|-------------------------|-------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Nom du rédacteur | Leonardo MONTILLA | Date | 13/10/2023 |
| Nom du client | PRIMERO BANK | Sujet de l'analyse | Analyser la typologie des clients |

Comment remplir ce document :

- Un exemple est donné à titre indicatif en italique. Supprimez-le avant d'ajouter votre texte.
- Ajoutez et supprimez des lignes selon vos besoins dans les tableaux ci-dessous.

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 |
|---|--|
| Vérification de la dernière cellule | Afin d'éviter que le document soit trop lourd de façon inutile |
| Vérification de doublons | Afin de ne pas fausser les tableaux, les résultats et les analyses |

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° : |
|-----------------------------|--|---------------------------------------|
| Type de carte | Les cartes Gold et Premium, en proportion, sont celles qui comportent le plus de clients perdus. En revanche, ce sont les clients Carte Bleue qui sont partis le plus souvent (car c'est le plus grand nombre pour les clients actuels également). | 1, 2 et 3 |
| Catégorie de revenus annuel | La majorité de nos clients actuels se situent dans la tranche -40K. La majorité de nos clients perdus se situent dans la tranche 40K-60K. On en déduit que ce sont donc nos clients de cette catégorie qui sont le plus susceptibles de nous quitter | 2 et 3 |
| Genre du client | Les clients qui nous quittent sont | 1 |

| | | |
|----------------------------|---|-----------|
| | majoritairement des femmes | |
| Statut marital | Les clients qui nous quittent sont majoritairement mariés | 1 |
| Age du client | Les clients qui nous quittent ont principalement entre 40 et 50 ans | 1 |
| Niveau de diplôme | Les clients qui nous quittent ont majoritairement un niveau d'études de niveau Licence | 1 |
| Durée d'engagement en mois | Les clients qui nous quittent sont partis en très grande majorité au bout de 3 ans | 1, 2 et 3 |
| Nombre de mois inactif | Les clients qui nous quittent sont restés entre 2 et 3 mois inactifs avant de déclencher la résiliation | 1, 2 et 3 |
| Nombre d'interactions | Les clients qui nous quittent ont eu entre 2 et 3 interactions (pareil que les clients actuels). Sur la totalité, ils ont eu beaucoup plus d'interactions (jusqu'à 9) que les clients actuels (jusqu'à 5) | 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 |
|--|----------------------------------|--|
| Prouver la proportion d'utilisation moyenne de la carte ainsi que le type d'utilisateurs (actuels ou perdus) | Histogrammes compilés | Etant donné que nous traitons un grand nombre de données, et qu'il y a des écarts de quantité importants (car plus de clients actuels que des clients perdus), faire une comparaison des chiffres uniquement n'aurait pas permis de bien représenter les proportions. Ce type de graphiques nous permet de mieux |

| | | |
|--|--------------------------------|---|
| | | comprendre les proportions en comparant les chiffres par rapport au nombre global de données |
| Créer une Persona de client | Graphiques en secteurs | Ce type de graphique permet de visualiser facilement les tendances et de montrer les données les plus représentées afin de dégager des généralités (genre et statut marital les plus récurrents) |
| Comparer le nombre de transactions moyenne des clients perdus et actuels | Graphiques en aires et empilés | Nous traitons un nombre important de données, et utiliser un histogramme ne permet pas une lecture simple. Les graphiques en aires permettent de mieux représenter les cumuls et de dégager des tendances |
| Créer une Persona de client | Histogramme | Ce type de graphique, simple à comprendre, permettra au client de mieux comprendre et de visualiser les différentes catégories d'un même type de données (age, revenus, personnes à charge). |