

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	Haïdopoulo Matthieu	Date	Mars 2024
Nom du client	Paola - responsable commerciale	Sujet de l'analyse	Expliquer la vague de départ et anticiper une nouvelle vague

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).

Enjeux principaux :

- Comprendre la vague de départs en identifiant le profil type des clients qui ont quittés la banque.
- Identifier les habitudes d'utilisations et le profil type des clients

- Anticiper une nouvelle vague de départs de clients en se basant sur le profil type des clients perdus, afin d'avoir une communication adéquate à ce type de clients encore au sein de la banque pour le fidéliser.

II. Décrivez l'utilité du rapport : à qui s'adresse-t-il ? Quels sont ses objectifs ?

L'audience, appelée également cible de communication	
Paola, responsable commerciale.	
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 : 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° :
Les facteurs démographique et socio-économique (âge, statut marital, revenus, ...) des clients perdus	<p>Le profil type du client ayant quitté la banque est celui d'une personne :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mariée dans 57% des cas, - Âgée entre 40 et 49 ans pour 47% d'entre eux. En prenant une perspective plus large, les plus de 40 ans représentent 80% des clients perdus, - À 2 ou 3 personnes à charges (55%), - Diplômée d'une licence dans 30% des cas, - Ayant un revenu annuel compris 	1

	entre 40k et 80k (49%)	
Les comportements de consommation/utilisations	<p>On peut voir que plus de 92% des clients partis possédaient une carte Blue, mais également que 70% des clients ayant souscrit à l'offre Platinum (offre créée il y a seulement 6 mois) sont parti.</p> <p>On remarque également que 85% d'entre eux étaient clients entre 2 et 4 (56% entre 3 et 4 ans).</p> <p>De plus, 61% d'entre eux avaient un montant de crédit renouvelé de moins de 500€ (90% de cette tranche n'avaient pas de crédit du tout)</p> <p>Plus de 66%, ont quitté la banque après 2 ou 3 mois d'inactivité et plus la durée d'inactivité est importante, plus les chances de quitter la banque augmentent.</p> <p>Il est également intéressant de noter que 90% des clients perdus ont effectué moins de 75 transactions et plus il y a de transactions, moins les chances de partir sont importantes.</p> <p>Environ 41% d'entre eux ont eu 3 interactions avec la banque. Plus le nombre d'interaction augmente, plus les chances de partir augmentent également (la moitié des clients ayant eu 5 interactions sont partis, et au-delà de 5 interactions, 100% quitte la banque) à l'exception de 4 échanges. Y aurait-il un évènement qui pourrait expliquer cela ?</p> <p>Enfin le score moyen d'utilisation de la carte est de 0.162, ce qui est plus bas que les clients actuels (0.297). Il tombe à 0 pour tout client qui n'a pas de crédit, quel que soit son statut.</p>	1 et 2
Les différentes données des clients actuels ainsi que les résultats des analyses	<p>On peut constater que les proportions de clients actuels et perdus sont similaires sur de nombreux points (genre, âge, diplôme, ...)</p> <p>Pour obtenir une réelle idée de la proportion de clients susceptible de partir, nous</p>	3

effectuées pour déterminer le profil des clients partis	pouvons nous concentrer sur ce qui les différencie (montant du crédit, revenu annuel, le nombre de transactions, ...) Cela représente 5.41% des clients actuels, soit 459 comptes	
---	---	--

IV. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données (minimum 5 représentations graphiques) ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
Objectif 1 Montrer que les clients perdus et actuels ont de nombreux points communs sur plusieurs critères.	Visualisation 1 et 2 Histogrammes montrant la répartition similaire relativement au statut du client sur les différents critères suivants : <ul style="list-style-type: none"> - Tranches d'âges - Durée d'engagement 	Les histogrammes permettent facilement de visualiser la répartition des clients selon leur statut sur les différents critères et de montrer les similitudes
Objectif 1 bis Montrer que les clients perdus et actuels ont de nombreux points communs sur plusieurs critères.	Visualisation 3 et 4 Graphique en secteur montrant la répartition similaire des types de cartes chez les clients actuels et les clients partis	Ces graphiques nous permettent de mettre en évidence la part largement majoritaire des cartes Blue
Objectif 2 Souligner le fait que le nombre de départs chez les clients Platinum est anormalement élevé comparé aux autres types de cartes, surtout que	Visualisation n°5 Histogramme empilé à 100% montrant la proportion de clients perdus par rapport aux clients actuels, par type de carte	Le graphique met en évidence le fait que 70% des clients ayant un compte Platinum sont partis. Or, cette option n'est proposée uniquement depuis 6 mois, ce qui indique une anomalie.

cette option existe seulement depuis 6 mois.		
Objectif 3 Mettre en évidence le fait que les clients partis font moins de transactions que les clients actuels	Visualisation n°6 Graphique en aire permettant de visualiser la part relative à chaque statut client en fonction du nombre de transactions effectuées	Le graphique en aire met en évidence que plus il y a de transactions moins les chances de partir augmentent.
Objectif 4 Faire ressortir le fait que ce sont les hauts revenus qui ont tendances à partir davantage	Visualisation n°7 Histogramme représentant la répartition de chaque tranche de revenu en fonction du statut client	On peut facilement constater que les revenus les plus bas (moins de 40K) ont tendance à quitter la banque moins fréquemment. En revanche les revenus compris entre 40K et 80K ont une proportion plus élevée de départ.
Objectif 5 Mettre en avant que les clients ayant un montant de crédit bas ou nul ainsi que ceux ayant un crédit élevé représentent la plus grande proportion des départs	Visualisation n°8 Histogramme empilé à 100%, montrant les parts de clients perdus par tranche de montant de crédit	On peut facilement observer que les tranches de moins de 500€ et de plus de 2500€ sont celles où il y a le plus grand nombre de départs
Objectif 6 Mettre en évidence que le nombre de départs clients a un	Visualisation n°9 Graphique en courbes mettant en évidence la proportion de départs	Il est facile d'établir un lien entre le nombre d'interaction et le nombre de départ, plus ce premier augment plus les chances que le

lien avec le nombre d'interactions	clients à chaque interaction	client quitte la banque est grande. A l'exception du 4 échanges où il y a peu de départ, y a-t-il une explication à cela ?
Objectif 7 Etablir la corrélation entre le nombre de départ et le nombre de mois d'inactivité sur le compte	Visualisation n°10 Graphique en courbes mettant en évidence la proportion de clients selon son statut en fonction du nombre de mois inactivité	Ce graphique nous permet de voir que plus le compte client est inactif pendant une longue période plus il y a de chances que celui-ci quitte la banque
Objectif 8 Mettre en avant que les clients perdus aient une utilisation de leur carte moins importante	Visualisation n°11 Tableau présentant la moyenne d'utilisation de la carte en fonction du statut client	On constate rapidement, avec le score moyen d'utilisation de la carte, que les clients perdus sont moins susceptibles d'utiliser leur carte