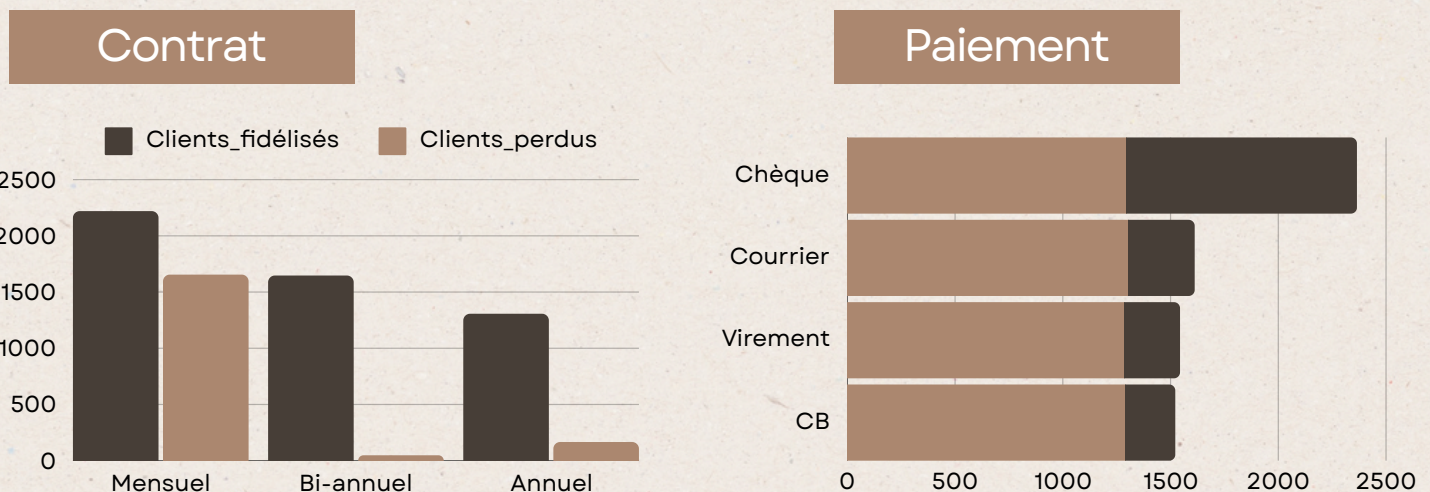


# Rapport d'Analyse : Rétention Client

**Saviez-vous qu'attirer un nouveau client coûte 5 fois plus cher que de fidéliser un client existant ? La rétention client est donc un enjeu stratégique majeur pour toute entreprise.**

Dans notre analyse, nous avons étudié un ensemble de **7 043 clients**, avec un **taux de rétention de 26.5 %** et un **paiement moyen de 64.8 \$** par client. La **durée moyenne d'abonnement est de 32.4 mois**, ce qui souligne l'importance de comprendre les facteurs influençant la fidélité des clients. Notre analyse se concentre sur **le type de contrat** et **la méthode de paiement**, les deux facteurs les plus corrélés au churn, afin d'identifier des leviers d'action.



## 1) Encourager les contrats longue durée

Proposez des réductions ou des avantages exclusifs pour les abonnements annuels et bi-annuels afin de réduire le churn, particulièrement sur les contrats mensuels où le taux de départ est élevé.

## 2) Promouvoir les paiements numériques

Incitez les clients à passer aux paiements par CB ou virement en offrant des avantages ou des incitations, car le paiement par chèque présente un taux de churn élevé.

## 3) Cibler les clients à risque avec des offres personnalisées

Utilisez des enquêtes de satisfaction et des campagnes de réengagement pour les clients qui montrent des signes de départ (par exemple, les clients mensuels), en leur proposant des offres adaptées.