

CONNAISSANCE ET SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE

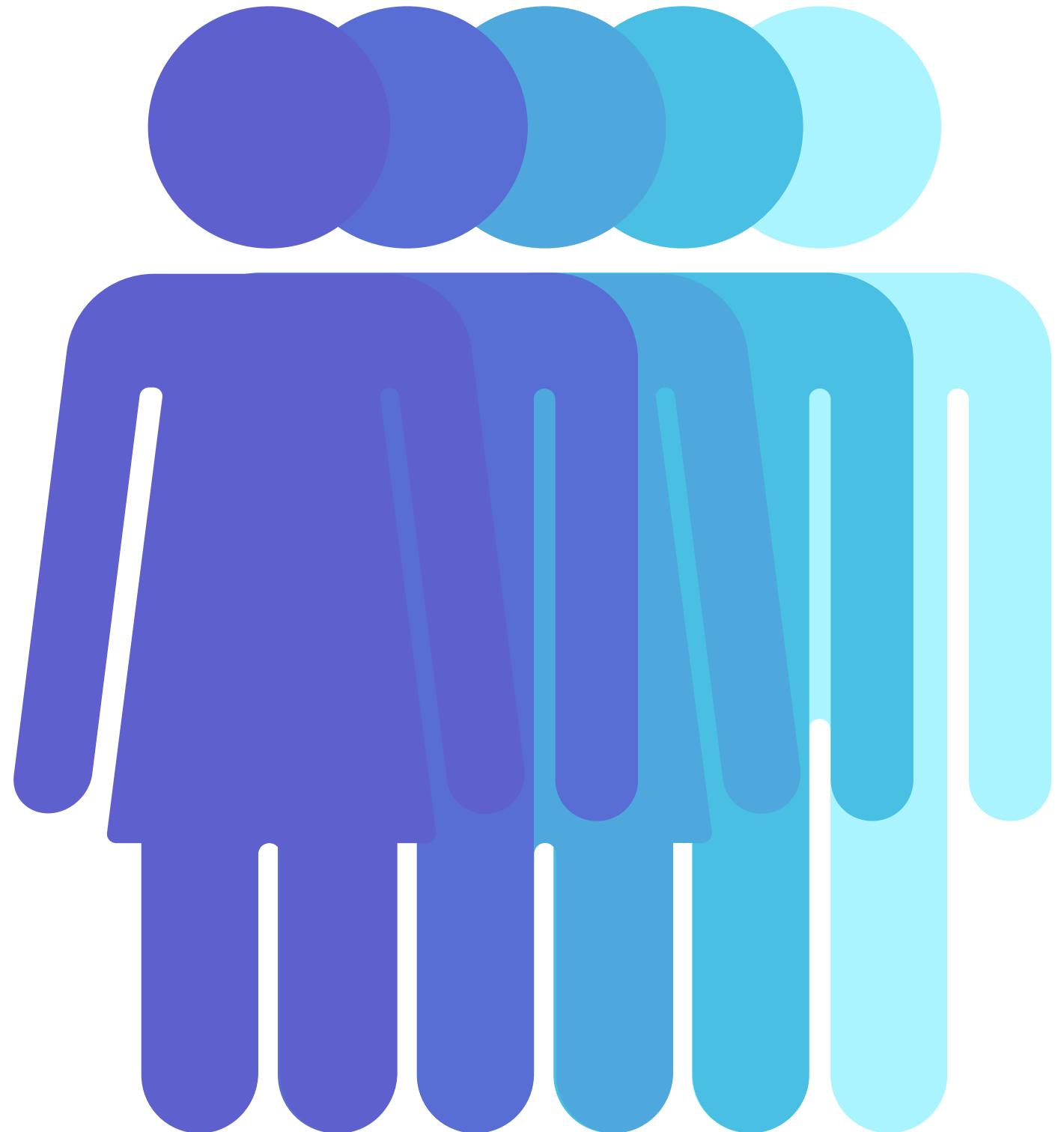
Réalisée par :

Carmen Andreea NITA - Chargée d'études marketing

Angéline BAERT - Chargée d'études marketing

A destination de :

Mme. Maureen DHONDT - Directrice marketing



PLAN

- **Introduction**
- **Les caractéristiques de nos clients**
- **Notre activité en quelques chiffres**
- **Les profils de nos visiteurs web**
- **Préconisations**
- **Conclusions**



INTRODUCTION



La demande de profiler les utilisateurs du site web de BanqTout traduit le besoin de comprendre et d'adapter les campagnes marketing en fonction des différentes catégories de clients.



Certains des visiteurs du site sont déjà clients, d'autres sont des prospects potentiels. Cette information nous permettra de répondre de manière ciblée à notre problématique.

OBJECTIFS



OBJECTIF 1

Connaître davantage nos clients

- comprendre les besoins des clients
- identifier les clients et leurs caractéristiques

OBJECTIF 2

Personnaliser votre site web selon les différents profils des internautes

- identifier les visiteurs sur le site web
- personnalisation du site internet

Précédent

Introduction

Suivant

Les caractéristiques de nos clients

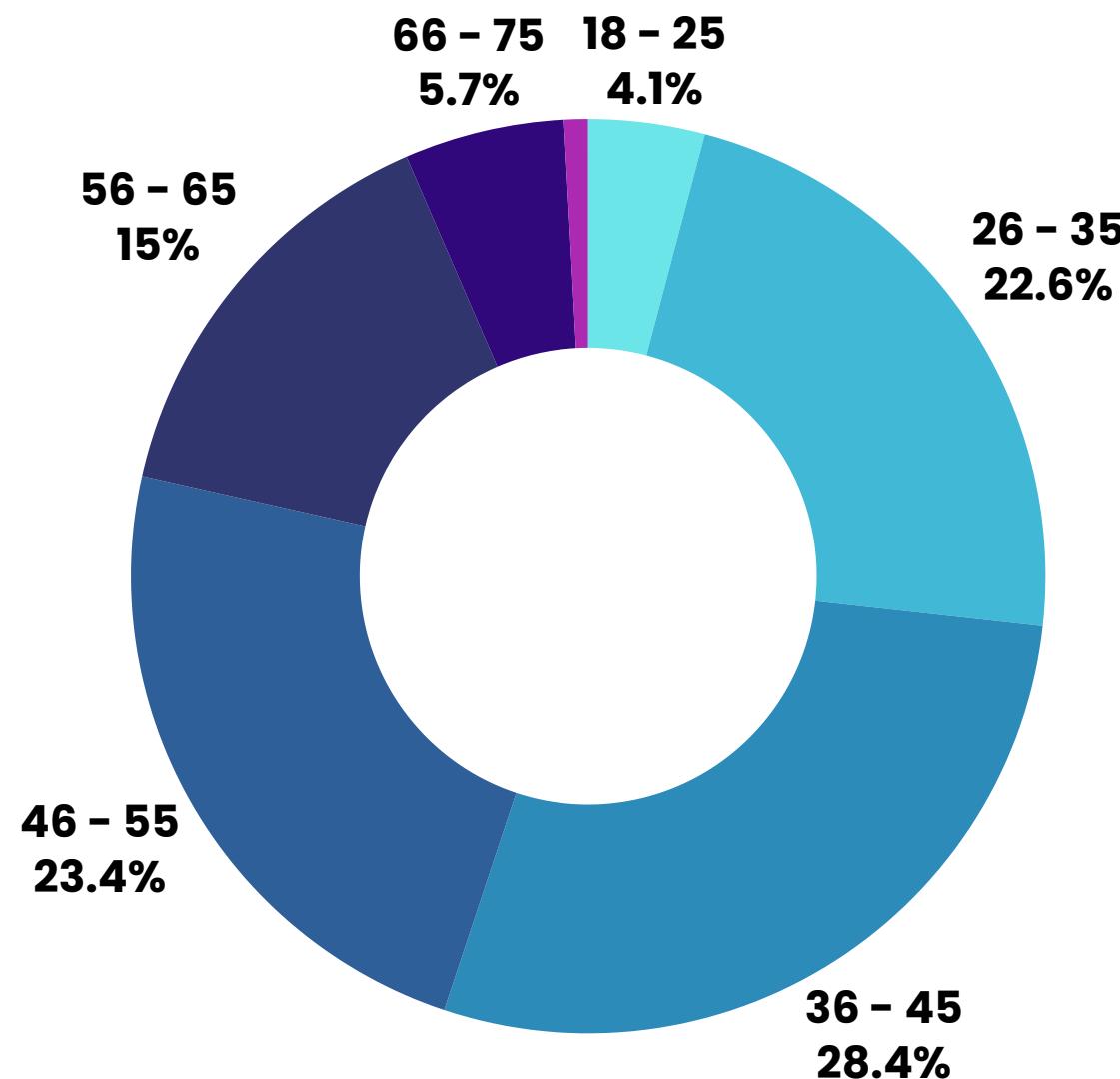
Notre activité en
quelques
chiffres

Les caractéristiques de nos clients



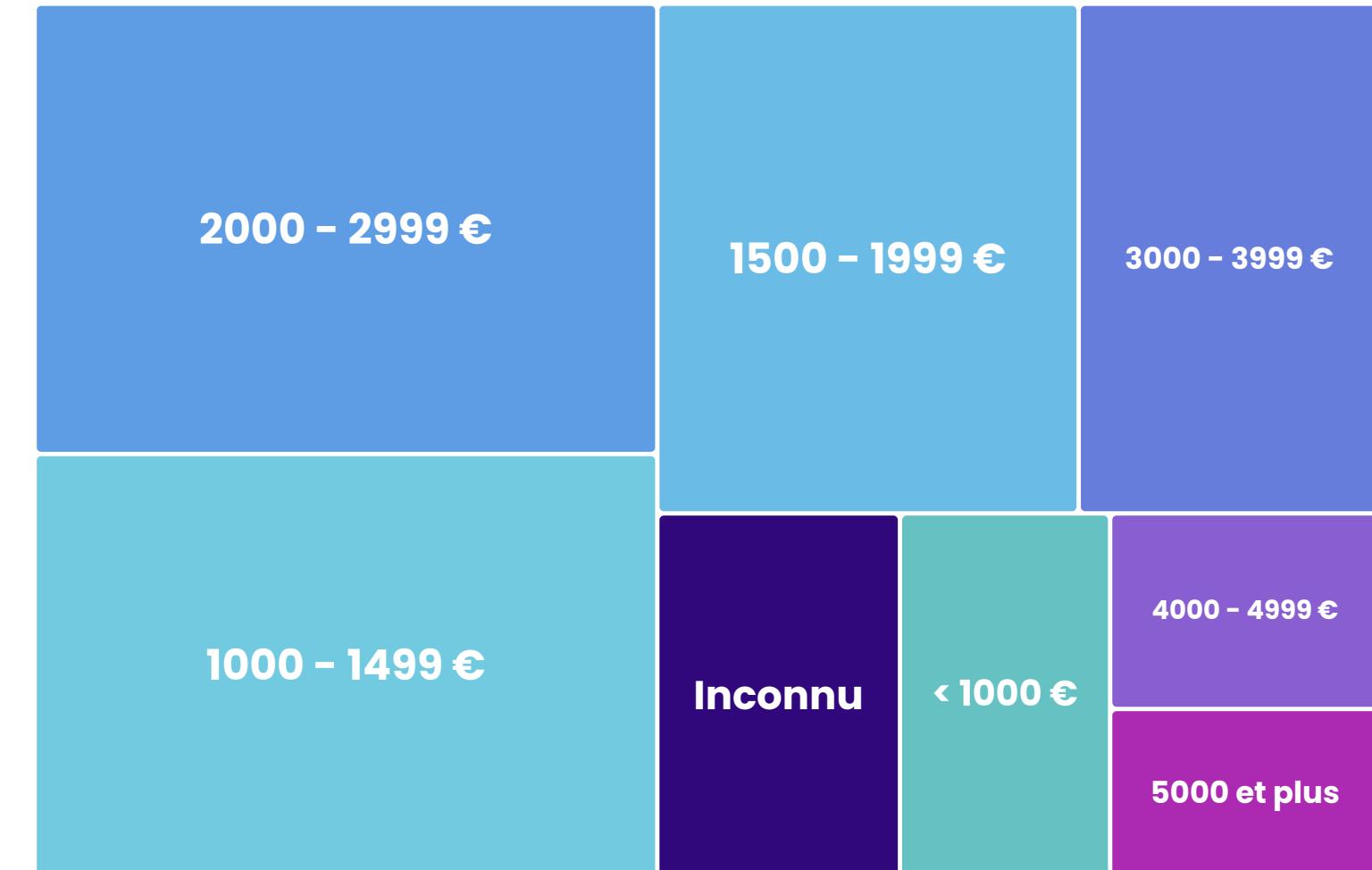
Age

Tranche d'âge



Revenu financier

Montant des revenus

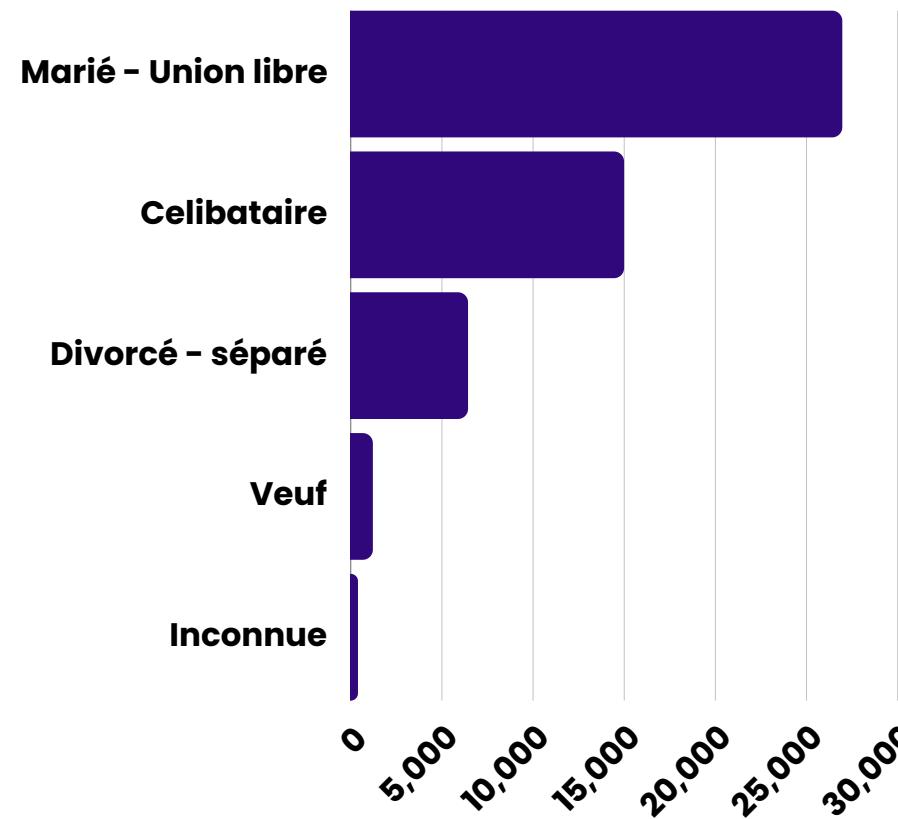


Les caractéristiques de nos clients



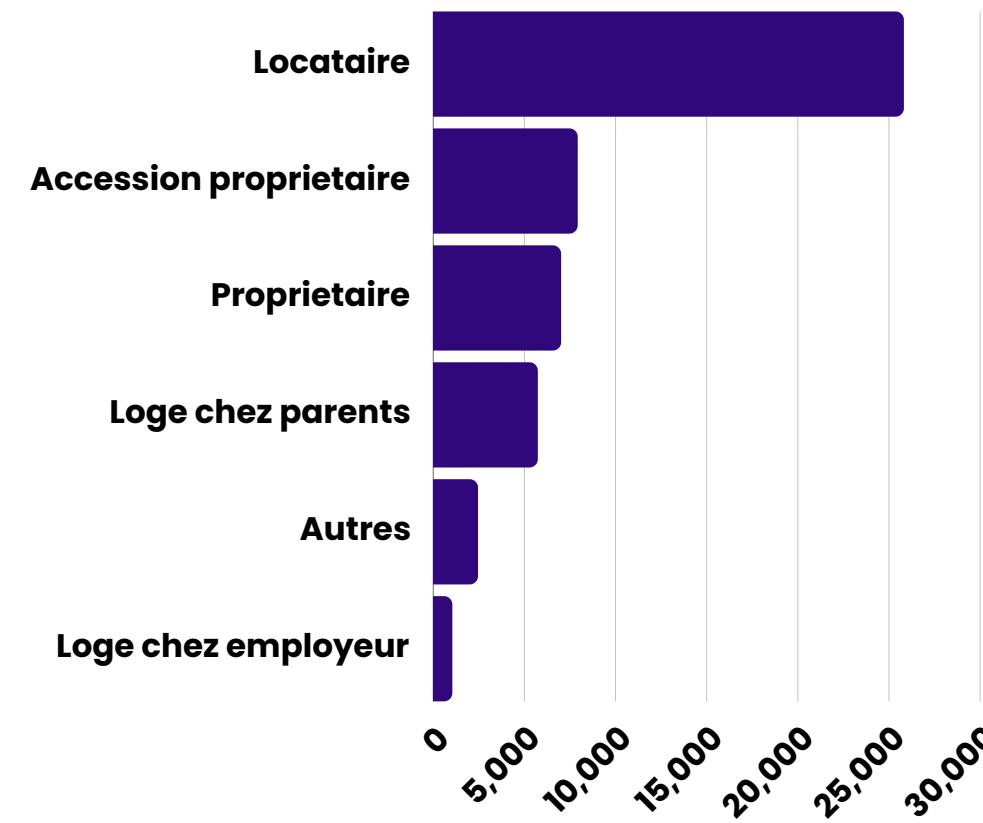
Situation familiale

Situation familiale de l'internaute



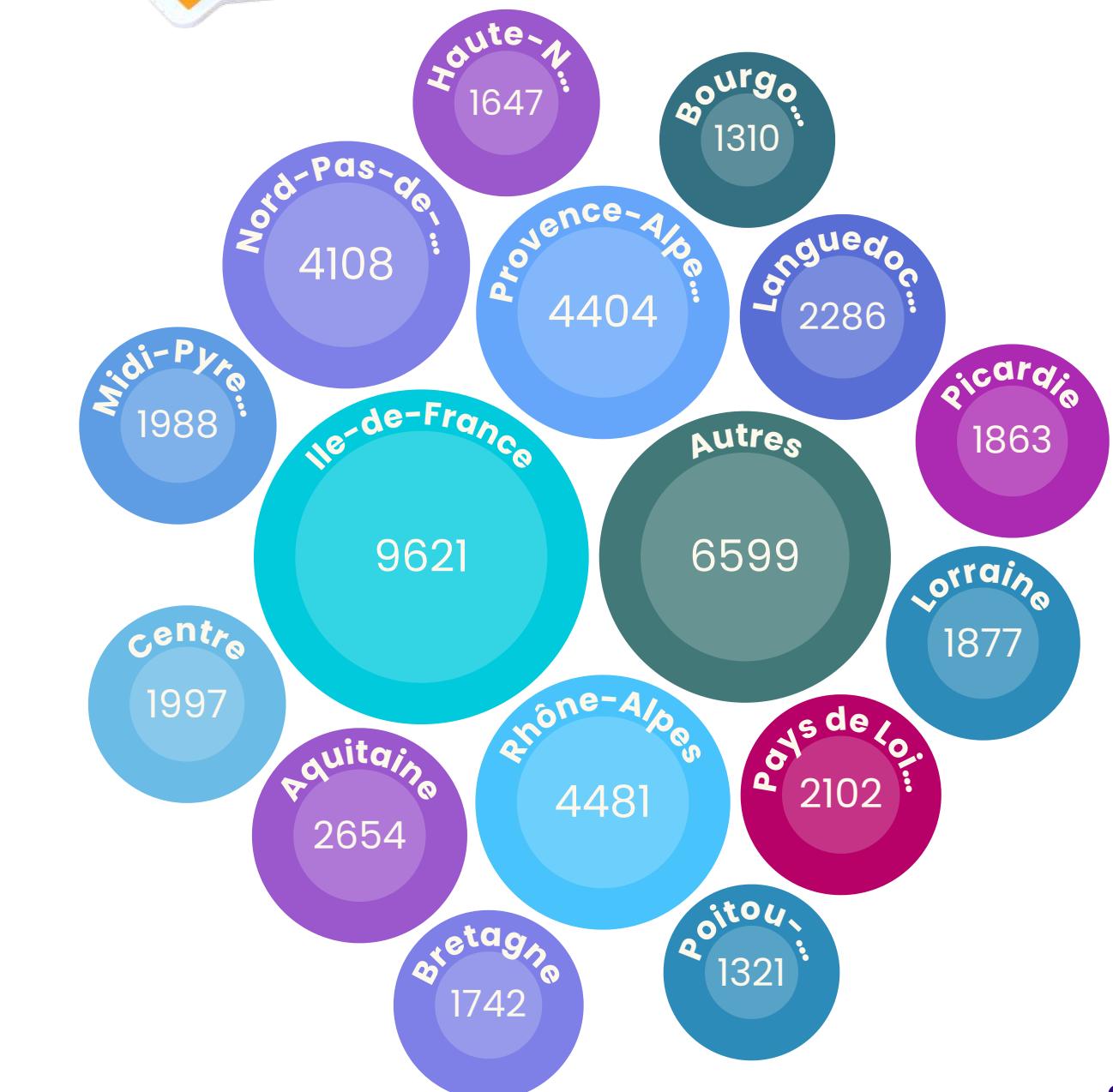
Logement

Type du logement de l'internaute



Département

Département de l'internaute



Précédent

Les caractéristique de nos clients

Suivant

Notre activité en quelques chiffres

Les profils de nos visiteurs web

Notre activité en quelques chiffres



Activité

Activité du crédit principal
(actif si la dette est positive,
inactif si crédit remboursé)



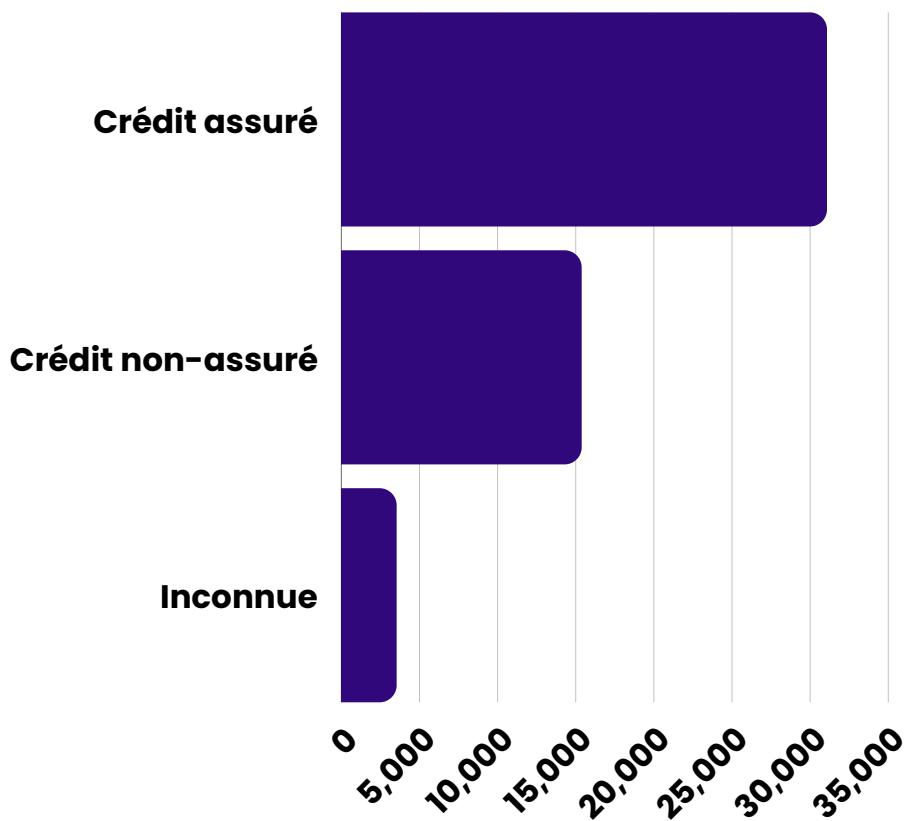
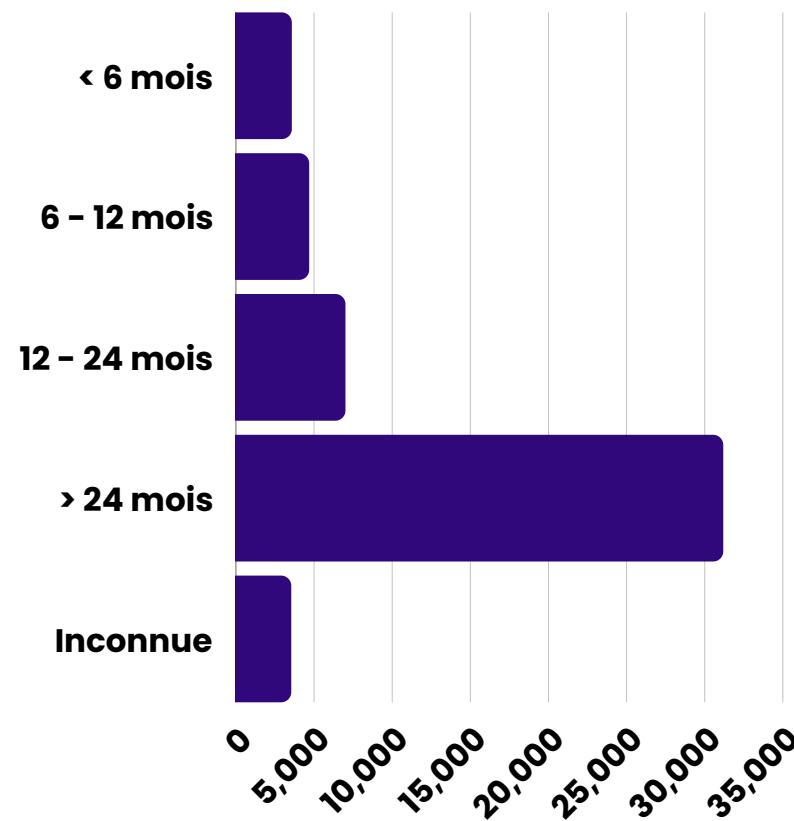
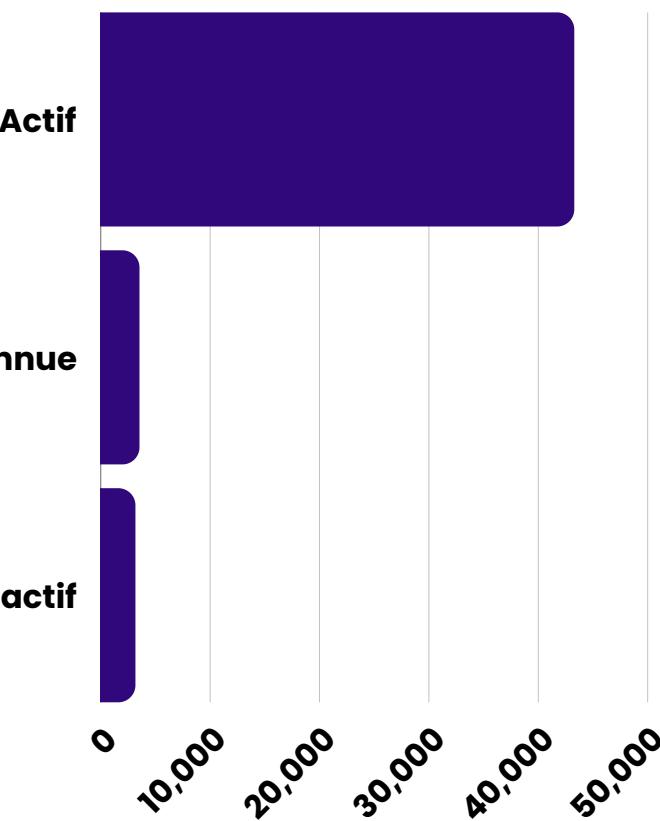
Ancienneté

Ancienneté du crédit
principal détenu par le
client



Assurance

Crédit principal assuré ou
non

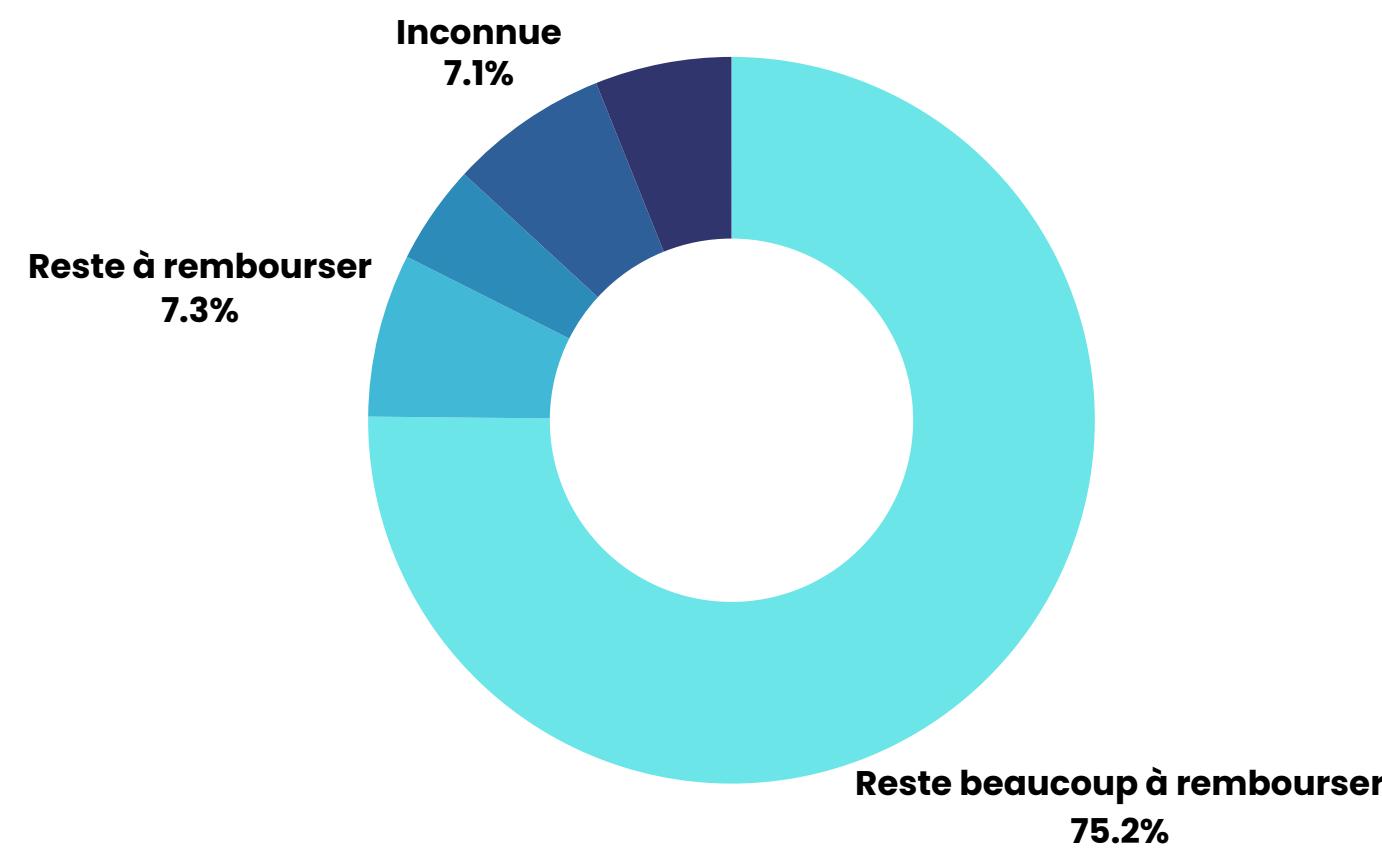


Notre activité en quelques chiffres



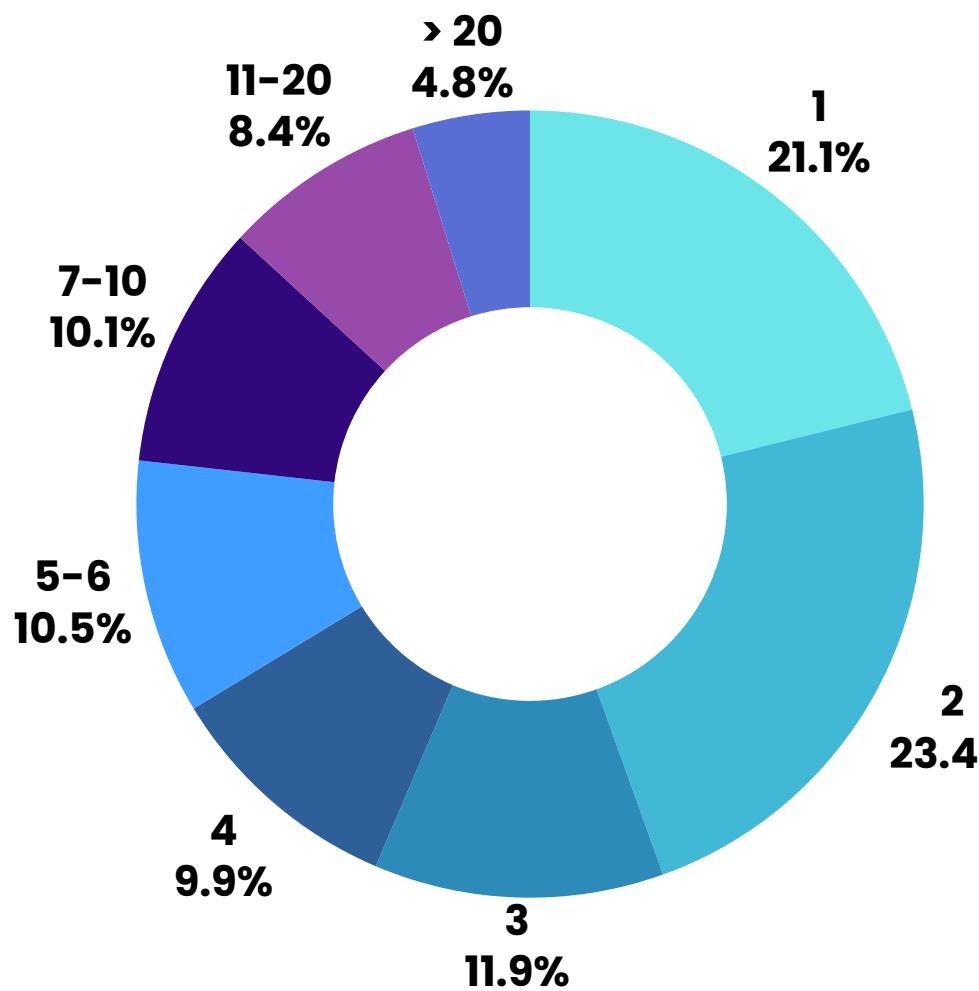
Utilisation crédit

Agrégat donnant le taux de remboursement du crédit principal



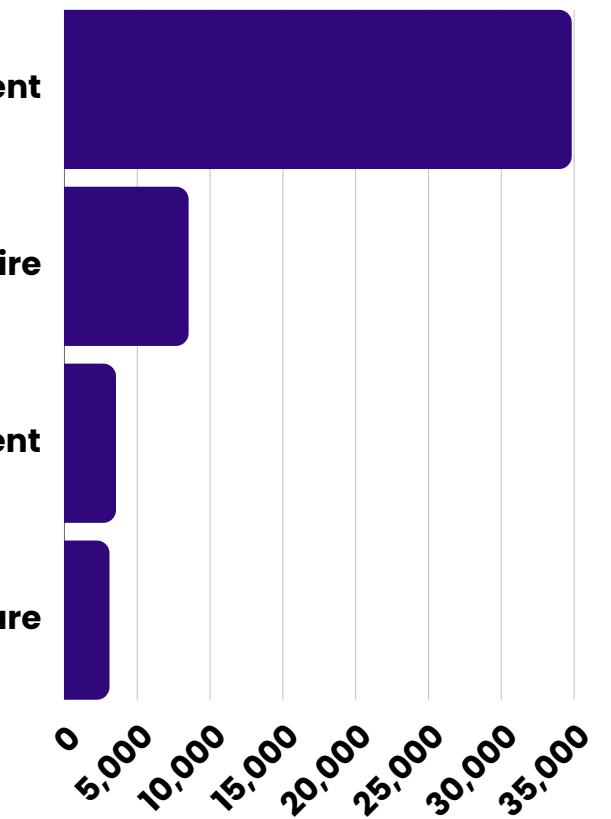
Connexions/mois

Nombre de connexions web sur un mois



Type client

Type de crédit détenus par l'internaute

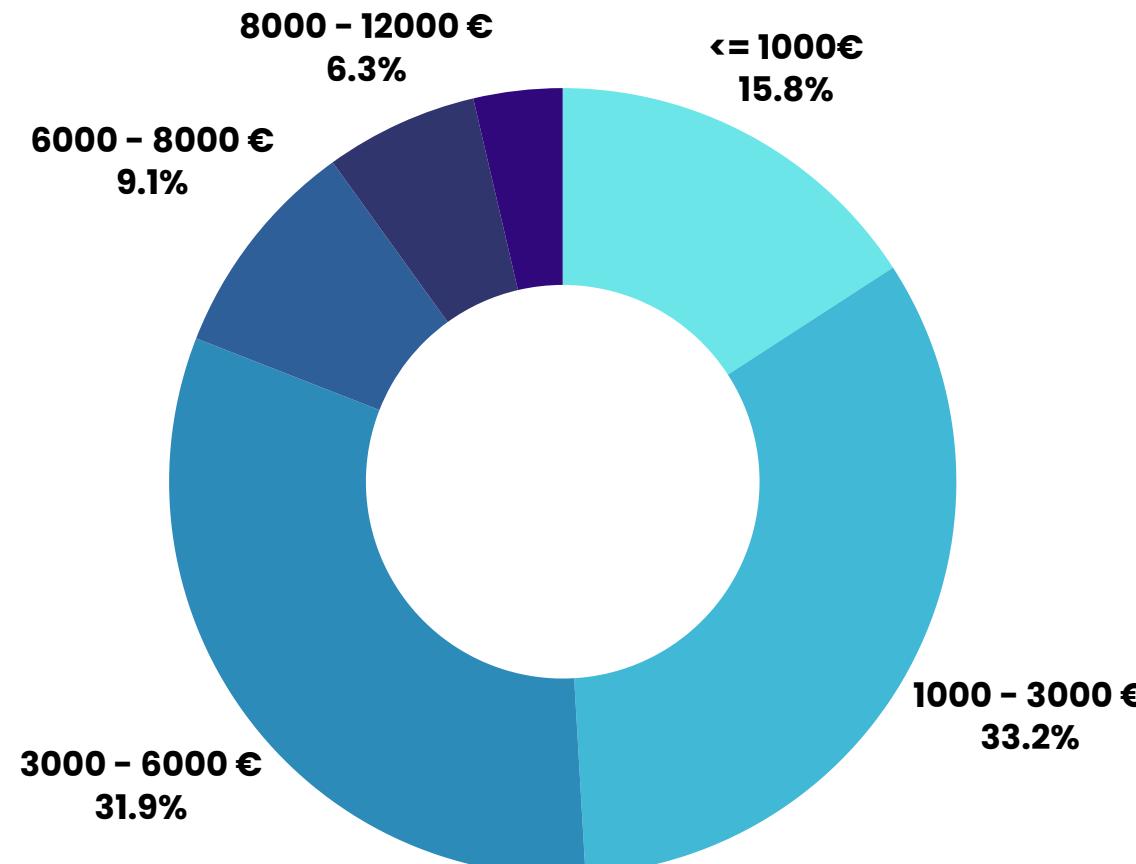


Notre activité en quelques chiffres



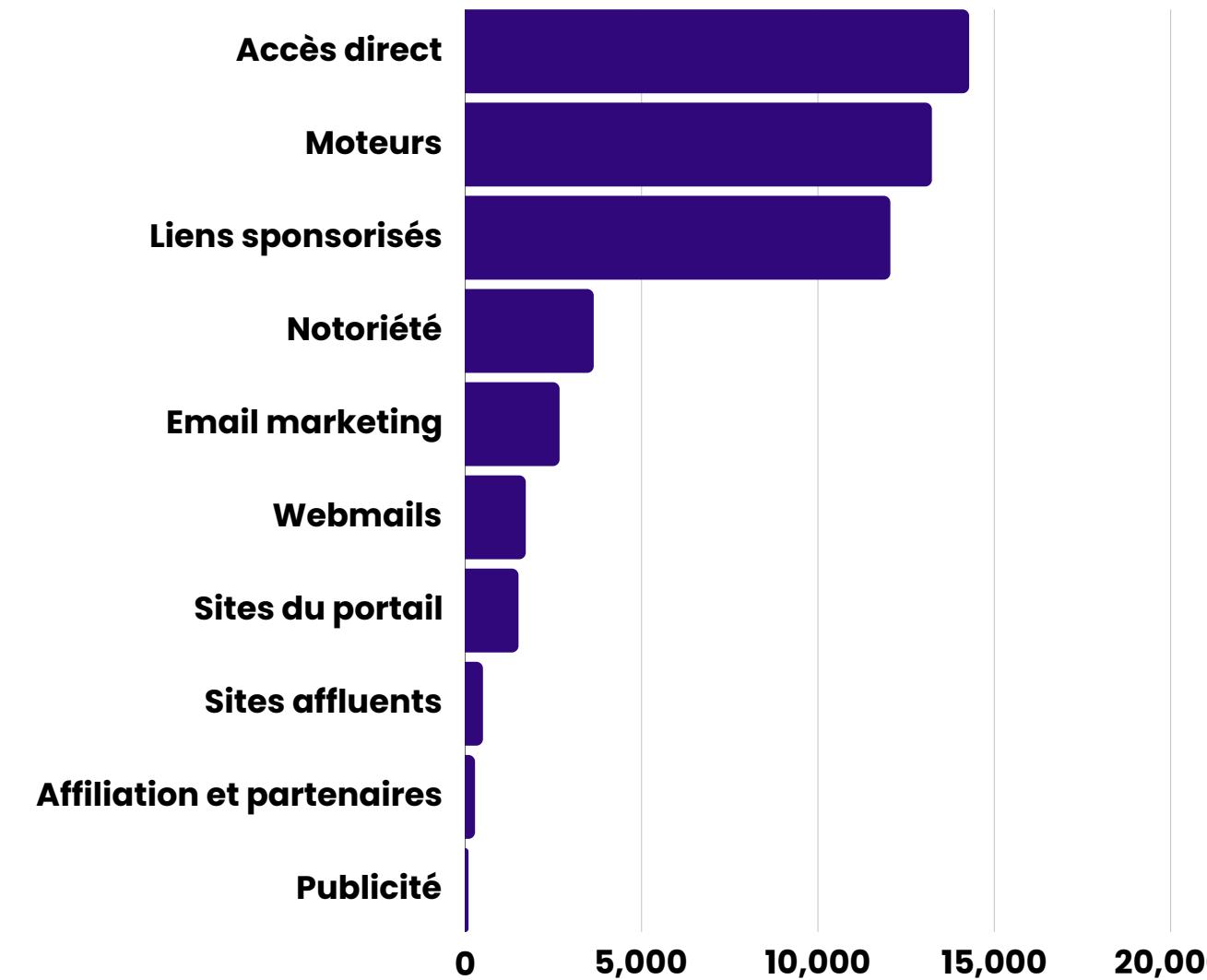
Montant crédit

Montant du crédit principal



Source web

L'origine de la connexion web



Précédent

Notre activité en quelques chiffres

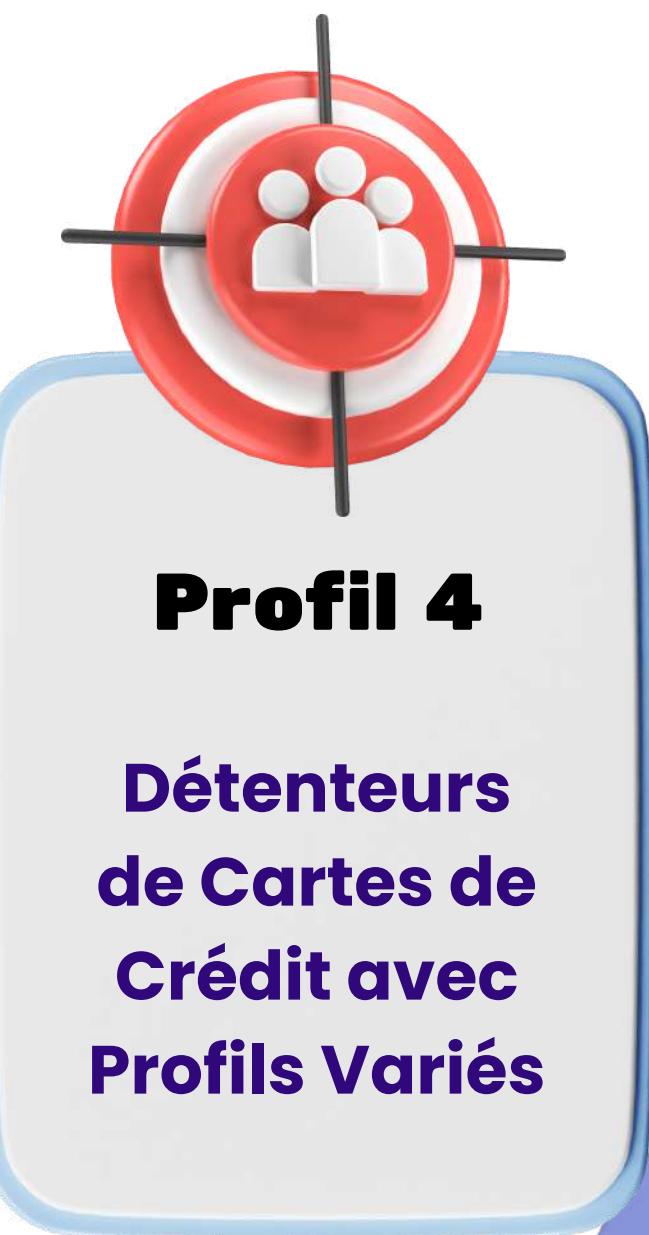
Suivant

Les profils de nos visiteurs web

Préconisations

PROFILS

La compréhension des profils de clients nous offre des informations cruciales pour adapter nos opérations, améliorer nos performances et créer des relations plus étroites et plus fructueuses avec notre clientèle.



1 - PROFILS AISÉS ET BIEN ÉTABLIS



Montant crédit

70% des internautes de ce groupe avec un crédit entre 3 000 et 12 000€ :

- 39 % pour '3000e-6000'
- 32 % pour '6000e-12000'



Utilisation crédit

ont encore beaucoup à rembourser du montant de leur crédit



Type client

85 % possèdent une réserve d'argent



Assurance

74 % ont un crédit assuré



Ancienneté

75 % des individus du cluster sont clients depuis plus de 2 ans



Situation familiale

87 % sont mariés



Age

62 % ont entre 36 et 55 ans



Logement

55 % des propriétaires de l'échantillon et 66 % des personnes en accession à la propriété



Revenu financier

71% des internautes ayant un revenu supérieur à 3000 € et 51% de ceux ayant un revenu de 2 000 - 2 999€

2 - JEUNES ACTIFS AVEC REVENUS MODESTES



Montant crédit

1000 et 6 000€:
• 35 % pour '1000e-3000'
• 40 % pour '3000e-6000'



Utilisation crédit

94 % ont encore beaucoup à rembourser
du montant de leur crédit



Type client

94 % possèdent une réserve d'argent



Assurance

81 % ont un crédit assuré



Situation familiale

une majorité de célibataires (52 %)



Age

63% ont entre 18 et 25 ans



Logement

locataires (66%) ou logent encore
chez leurs parents (21%)



Revenu financier

Plus de 70% gagnant moins de 2000€



Ancienneté

58 % sont clients depuis plus de 2
ans

3 - NON-CLIENTS POTENTIELS



Ancienneté



Situation familiale

40 % sont mariés



Age

Proportions similaires entre les tranches d'âge



Logement

51 % vivent en location



Revenu financier

Proportions similaires entre les tranches de revenu

4 - DÉTENTEURS DE CARTES DE CRÉDIT AVEC PROFILS VARIÉS



Montant crédit

90% ont souscrit un crédit inférieur à 3 000 €



Utilisation crédit

91% des clients pour lesquels il reste peu à rembourser



Type client

91 % possèdent une carte de crédit



Assurance

70 % ont souscrit l'assurance



Ancienneté

70 % sont clients depuis plus de 2 ans



Situation familiale

48 % sont mariés
30 % sont célibataires



Age

50% des personnes ont entre 26 et 45 ans



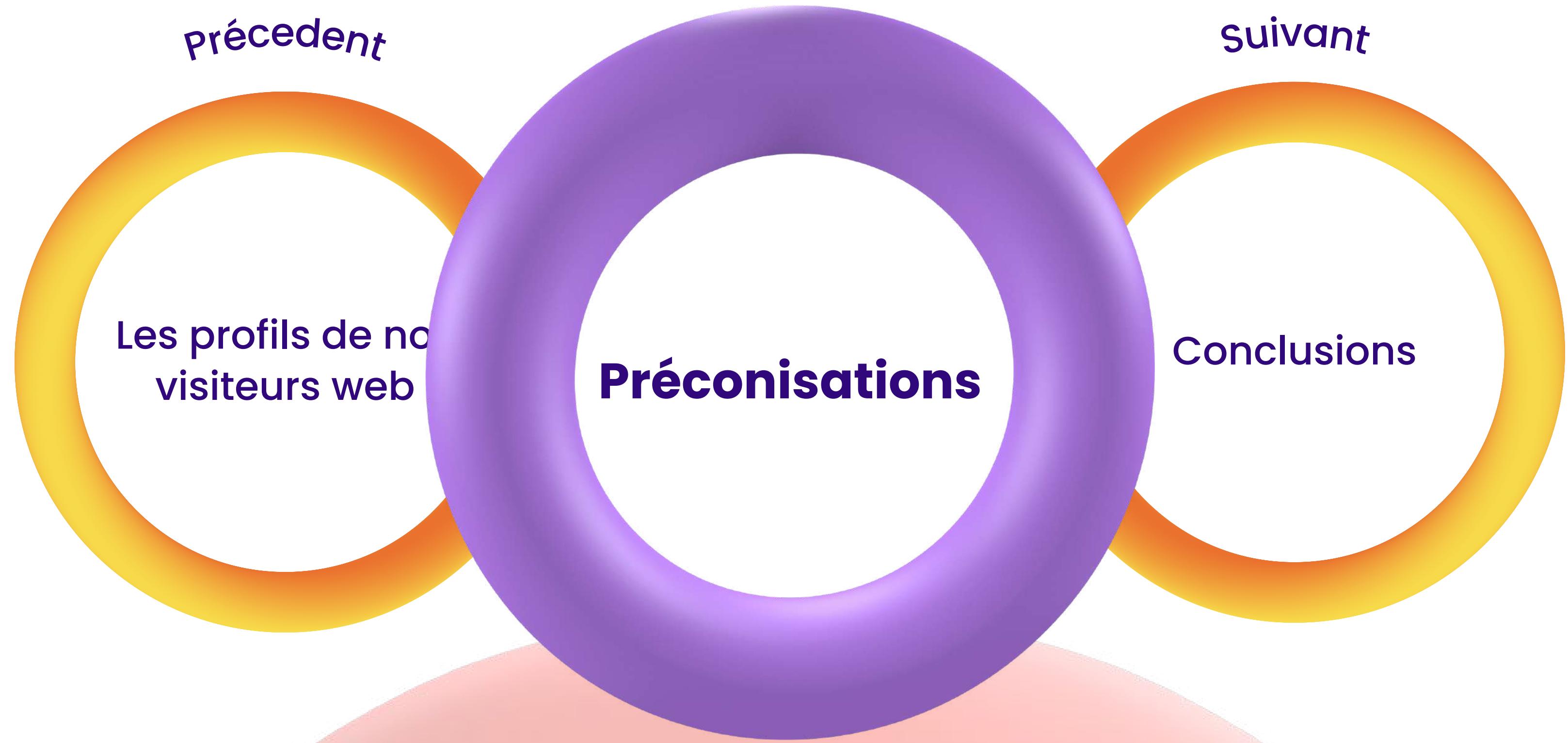
Logement

Proportions similaires entre les types de logement



Revenu financier

40% : < 1500€
39 % : 1500 et 3 000€



PRÉCONISATIONS

Profils Aisés et Bien Établis



- Campagne de communication personnalisée mettant en avant **des offres de prêts importants et des avantages exclusifs** pour les propriétaires et ceux mariés par exemple.



- Mettre l'accent sur la **protection financière** qui est garantie par nos produits d'assurance adaptés à leur niveau de crédit élevé.



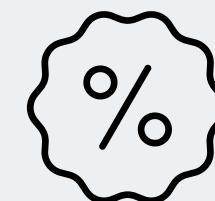
Jeunes Actifs avec Revenus Modestes



- Proposer des produits de crédit **adaptés à leurs revenus**, moyennant pourquoi pas des **modalités de remboursement plus flexibles**, pour accompagner ces jeunes dans le développement de leurs projets personnels.

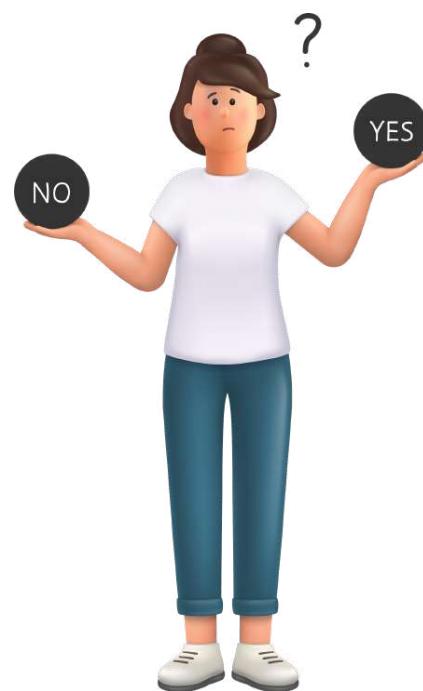


- Proposer des offres spéciales pour les personnes célibataires.

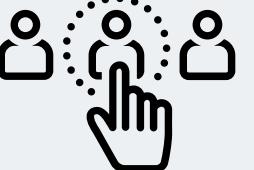


PRÉCONISATIONS

Non-clients Potentiels



- Personnaliser les campagnes **en fonction des caractéristiques des clients** (majorité de mariés et célibataires, entre 26 et 45 ans...), pour **maximiser la conversion** de ces internautes.



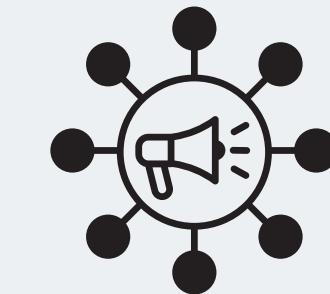
- Continuer à lancer des **campagnes marketing d'acquisition**.



Détenteurs de Cartes de Crédit avec Profils Variés



- Inciter ce dernier profil à souscrire à une **assurance** en mettant en avant la **protection financière** qu'elle procure. Cette démarche se ferait idéalement via une **communication multicanale** car ce groupe présente une grande diversité de profils.





CONCLUSIONS



Solution 1

4 profils de clients ont été dressés.

- cibler plus efficacement le marché,
- optimiser les ressources,
- anticiper les tendances du marché,
- améliorer la fidélité client.

Solution 2

Propositions de personnalisation du site web selon les profils identifiés.



MERCI POUR VOTRE ATTENTION !



Présentée par :

Andreea NITA
Angéline BAERT



Site web
www.banqtout.fr



Téléphone
+33 7 10 11 12 13



Email
anita@banqtout.com
abaert@banqtout.com



Adresse
Lille, France