Customer churn prediction Documentation

1. RowNumber : numéro de ligne ;
2. CustomerID : identifiant du client ;
3. Surname : le surnom du client ;
4. creditScore :
5. Geography : pays de résidence du client ;
6. Gender : le sexe du client ;
7. Age : l’âge du client ;
8. Tenure : nombre de mois qu’une personne est restée client d’une banque ;
9. Balance : montant dans une compte bancaire ;
10. NumOfProducts : le nombre de banque utilisé par un client ;
11. HasCrCredit : la personne a-t ’elle une carte bancaire ;
12. IsActiveMember : définie si le client est très actif dans ces transactions dans la banque ;
13. EstimatedSalary : estimation du salaire du client ;
14. Exited : le fait que le client quitte finalement le banque.

INTRODUCTION

Durant ces dernières années, nous avons assisté à une importante augmentation du nombre des institutions financière dans notre pays. Face à des choix toujours vastes, les consommateurs sont très volatiles. Alors, la prise en compte de l’expérience et la satisfactions client est devenues plus que jamais nécessaire pour fidéliser ces clients et par conséquent gagner une importante part de marché. Il est dans l’intérêts des banques de choisir des stratégies de fidélisation efficace face à la concurrence. En effet, des études prouves que les coûts engendrés par la mise en œuvre de stratégie de fidélisation sont bien moindres que ceux destinées à la conquête du nouveau marché. La mise à en place d’une stratégie doit faire l’objet d’une étude pour comprendre les facteurs permettant de mieux retenir un client.

C’est dans le cadre de cette étude que nous intervenons en tant que data analyste pour mettre en évidence les facteurs de rétention d’un client potentiel. Pour ce faire nous utiliserons des données Bank Turnover Dataset collectées sur la plateforme Kaggle. Cet ensemble de données compte les informations de 10000 clients de la banque avec 14 variables d’étude. Pour mener à bien notre étude, nous allons commencer par le prétraitement qui consiste à évaluer et à nettoyer nos données.

Quel pays a le plus de personnes qui quittent la banque ?

A partir de combien d'année un client est susceptible de quitté une banque ?

Quels sont les caractéristiques susceptible de determiner si un client va quitter la banque ?

Sur quel caractéristiques pouvont nous nous baser nous retenir un client susceptible de quitter ?

Conclusions

En résumé, pour fidéliser dans le secteur bancaire, il vous faut analyser les besoins et attentes du client. Ce travail vous permet non seulement de cibler plus précisément chaque typologie de clients mais également de proposer, à chacune d’entre elle, les produits comme les services les plus adaptés.

Bien que notre dataset ne contient que trois pays avec chacun des nombres disproportionnés, nous avons pu mettre en évidence l’Espagne, le pays ou nous avons enregistré moins de clients qui abandonnent leur compte bancaire dans une banque.

Les personnes qui restent pendant plusieurs années clients d’une banque sont beaucoup moins susceptible de quitter la banque étant donné qu’ils se sont fidélisés à la banque. Mais cependant, après une longue période de fidélisation par exemple 9 ans ou 10 ans, il client peut être amener à quitter la banque pour un autre ou pour d’autre raison.