

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	Thomas BARAU	Date	17/09/2024
Nom du client	Primo Bank	Sujet de l'analyse	Départ Client

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 : 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° :
Genre	Les clients perdus sont souvent des femmes (57%)	1
Statut marital	Les clients perdus sont souvent Marié (57%).	1
Niveau diplôme	Les clients perdus ont souvent une Licence (30%)	1
Âge	Les clients perdus ont majoritairement entre 40 et 50 ans (51%)	1
Catégorie de Revenu annuel	Presque 1/2 des clients perdus gagnent entre 40k et 80K (49%)	1
Nb personne à charge	Les clients perdus ont surtout entre 2 et 3 personnes à charge (55%)	1
Durée engagement	1/4 des clients perdus ont 36 mois d'engagement (26%)	2
Mois inactif	A partir de 5 mois d'inactivité la proportion de client perdus grimpe de 48% à 100%	2
Interactions	A partir de 5 interactions la proportion de client perdu grimpe de presque 50% à 100%	2
Transactions	Les clients perdus effectuent en moyenne 45 Transactions contre presque 69 pour les clients actuels	2
Type de carte	70% des clients Platinum font partis des clients perdus	2
Utilisation moyenne	54% des clients perdus n'ont pas utilisé leur carte	2
Crédit renouvelé	1/2 des clients perdus n'ont pas eu de crédit renouvelé (55%)	2
Type de carte	6 Clients actuel ont une carte Platinum	3
Interactions	117 Clients actuel ont 5 interactions	3

Mois inactif	250 Clients actuel ont entre 5 à 6 mois d'inactivité	3
Durée engagement	10 Clients actuels avec le profil type des départs ont 36 mois d'engagement vs 1580 clients actuels	3
Utilisation moyenne / Crédit Renouvelé	3 Clients actuels avec le profil type des départs n'ont pas d'utilisation moyenne ni renouvellement de crédit vs 1503 clients actuels	3

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 Mettre en valeur la part de client perdu	Visualisation 1 Graphique en secteur du Statut des clients	Le Graphique en secteur met en exergue la part de client perdu
Objectif 1 Mettre en évidence que l'importance du type de carte Blue	Visualisation 2 Graphique en secteur du Type de Carte	Le Graphique en secteur met en valeur la part de client ayant une carte Blue
Objectif 1 Mettre en évidence que le Genre est un des facteurs déterminant le client type	Visualisation 3 Histogramme de la répartition par Genre du Statut des clients	L'histogramme permet une visualisation immédiate des valeurs spécifiques des catégories, en l'occurrence le Genre. Il permet de se rendre compte que la majeure partie des clients perdus sont des femmes
Objectif 1 Mettre en évidence que le Statut Marital est un des facteurs déterminant le client type	Visualisation 4 Histogramme de la répartition par Statut Marital du Statut des clients	L'histogramme permet une visualisation immédiate des valeurs spécifiques des catégories, en l'occurrence le Statut Marital. Il permet de se rendre compte que le taux de clients mariés est un critère du profil type des clients perdus

Objectif 1 Mettre en valeur les catégories les plus représenter dans les catégories de Revenu annuel	Visualisation 5 Histogramme de la répartition par Catégorie de Revenu annuel du Statut des clients	L'histogramme met en évidence la part de client perdu surreprésenté dans les catégories 40-60K et 60-80K
Objectif 1 Mettre en valeur la répartition des âges des clients	Visualisation 6 Graphique en nuage de points illustre la répartition des âges des clients selon leur statuts	Le Graphique en nuage de points permet de visualiser la répartition des clients selon leur statut par rapport à l'évolution des âges. Ce qui permet de constater que la majorité d'entre eux se situent entre 40 et 50 ans
Objectif 1 Mettre en valeur le nombre de personne à charge	Visualisation 7 Graphique à barres de la répartition du nombre de personne à charge par statut client	Le graphique à barre met en évidence la portion du nombre de personne à charge selon le statut client, qui nous permet de distinguer que les clients ont majoritairement entre 2 et 3 personnes à charges
Objectif 2 Démontrer que le type de carte est un des facteurs de départ	Visualisation 8 Histogramme du statut client / types de cartes	L'histogramme met en évidence la part de client perdu surreprésenté dans le type de carte Platinum par rapport aux autres types de cartes
Objectif 2 Prouver que l'un des points de bascule concernant la perte de clients est le nombre de mois inactifs	Visualisation 9 Graphique en courbe afin de retranscrire le pourcentage de client selon leur statut par rapport à l'évolution du nombre de mois	Le Graphique en courbe illustre parfaitement l'évolution du statut client selon l'évolution nombre de mois et met en valeur le point de bascule
Objectif 2 Prouver que l'un des points de bascule concernant la perte	Visualisation 10 Graphique en courbe afin de retranscrire le pourcentage de client selon leur statut	Le Graphique en courbe illustre parfaitement l'évolution du statut client selon l'évolution du nombre d'interaction et met en

de clients est le nombre d'interactions	par rapport à l'évolution du nombre d'interactions	valeur le point de bascule
Objectif 2 Prouver que la Durée d'engagement est l'un des points de bascules de la perte de client	Visualisation 11 Histogramme de la durée d'engagement par rapport au statut client	L'histogramme met en évidence que la majorité des clients sont engagés sur 36 mois et qu'il s'agit également de la plus grande part de client perdus
Objectif 2 Démontrer que le nombre de Transactions est inférieur pour les clients perdus	Visualisation 12 Graphique en aire pour distinguer le nombre de Transactions selon le statut des clients	Le Graphique en aire permet ici de distinguer aisément les différences du nombre de Transactions entre clients actuels et perdus, avec en premier plan les clients perdus
Objectif 3 Mettre en exergue les clients à risque de façon croissante selon les différents critères mis en avant précédemment	Visualisation 13 Graphique en entonnoir pour répartir les clients à risque	Le Graphique en entonnoir permet d'énumérer les différents types de clients à risque en les ordonnant des plus à risque au moins