

ESN DATA



Anna Harba

TATABLE DE MATIÈRE

- 1- Outlie
- 2- Les besoin.
- 3- contexte de l'étude
- 4- Méthodologie de travail
- 5- Hypothèse de départ des clients
- 6- L'analyse des données



Primero Bank :

5 ans.

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).



contexte de l'étude

face à ces vagues de départs que connaît le Primero Bank, nous avons été mandatés pour déterminer le profil type des 16 % (soit 1615 individus sur 10 127 personnes) de sa clientèle ayant pris le départ

Enjeux du client:

- Eviter l'attrition bancaire que connaît la banque au sein de sa clientèle

Les objectifs de la présentation:

- Présenter le profil type des clients perdus et de ceux susceptibles de partir au sein de la clientèle actuelle;
- Présenter les pistes sur les raisons de départs
- Enfin des recommandations pour fidéliser le reste des clients





Méthodologie de travail



Sources des données les données proviennent du logiciel de gestion commercial de la primero bank

Méthodologie de l'études l'études c'est fait pour procédant à une **ANALYSE DESCRIPTIVE** Bivariée (croisement de la variable expliquant et des autres variables explicatives)

méthodologie pour l'analyse de variables socio-démographiques et bancaires/financières.

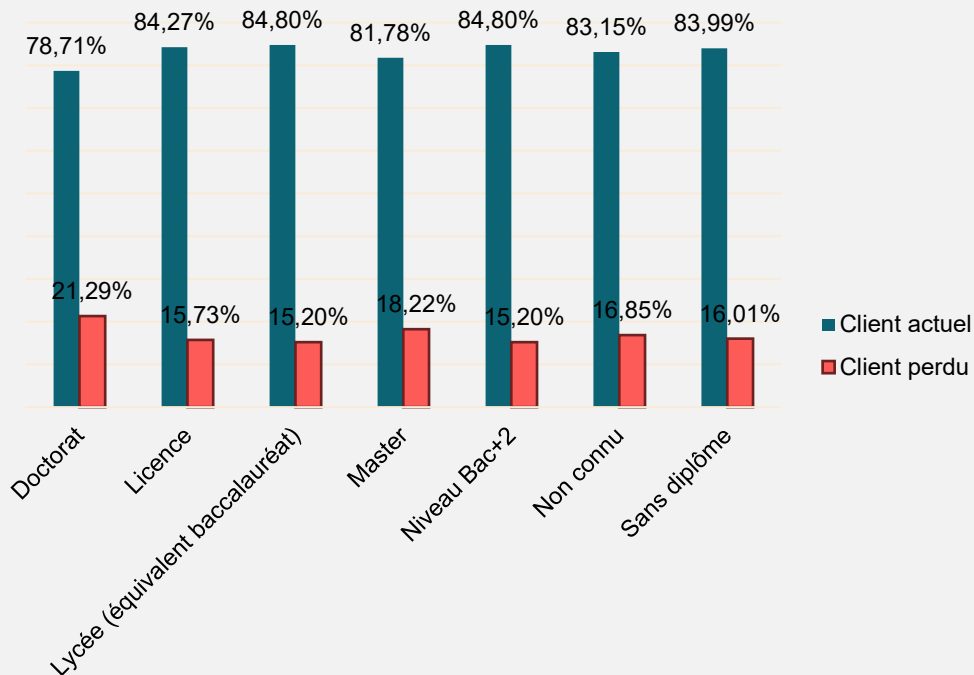
telles que l'âge, le genre, le nombre de personnes à charge, le niveau de diplôme, le statut marital, la catégorie du revenu annuel, etc.

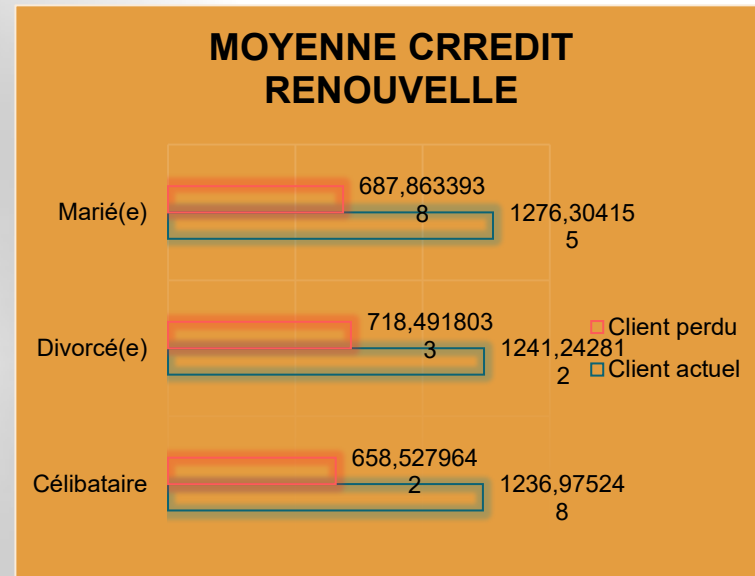
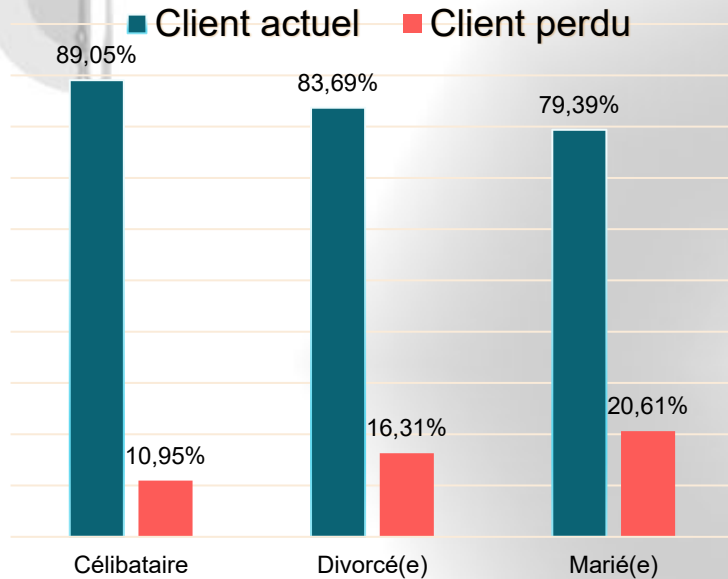
Les analyses de ce type peuvent être réalisées à l'aide de différentes méthodes statistiques et techniques d'analyse de données.

telles que le type de carte, la durée d'engagement, le nombre de mois inactif, le nombre d'interactions et de transactions, le montant du crédit, l'utilisation moyenne de la carte, etc.

L'analyse des données

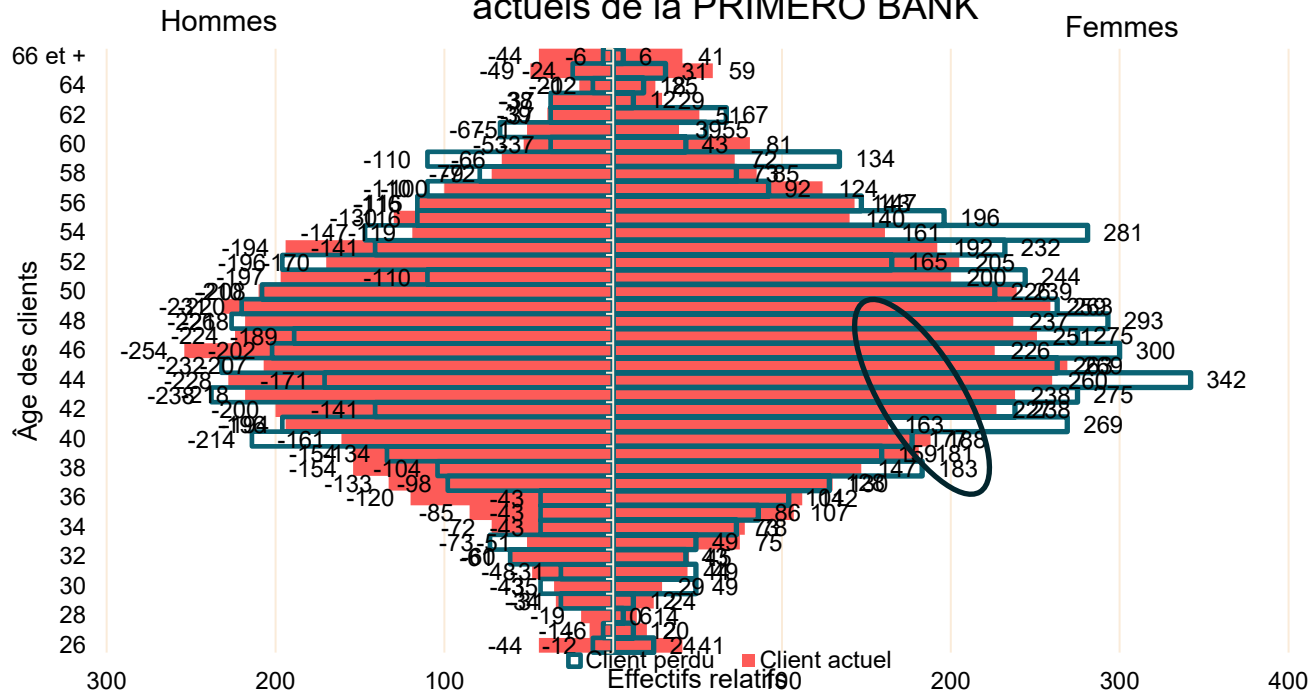
Parts des clients selon le degré du diplôme





Il semble y avoir une légère corrélation entre le statut marital et le fait de rester ou de partir en tant que client. Les personnes mariées ont un pourcentage plus élevé parmi les clients perdus par rapport aux autres statuts matrimoniaux. Une part plus élevée de célibataires dispose de crédits renouvelés, suivie des personnes divorcées et des personnes mariées.

Pyramide des âges comparatifs des clients perdus et des clients actuels de la PRIMERO BANK



FORTEMENT féminine ET AGE EN MOYENNE DE 45 ANS

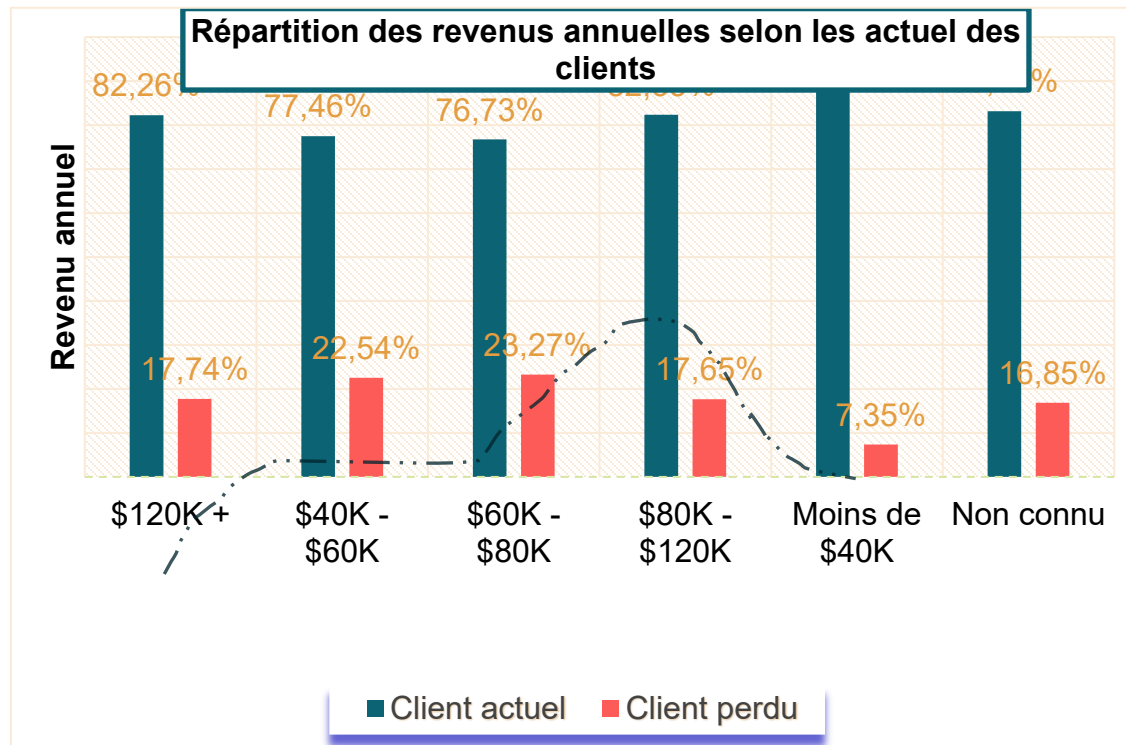
plus âgées chez les clients perdu (>40 ans):

prédominance de personne marié(e)s chez les clients perdu (58

%) contre celles célibataire chez les clients actuels (43%)

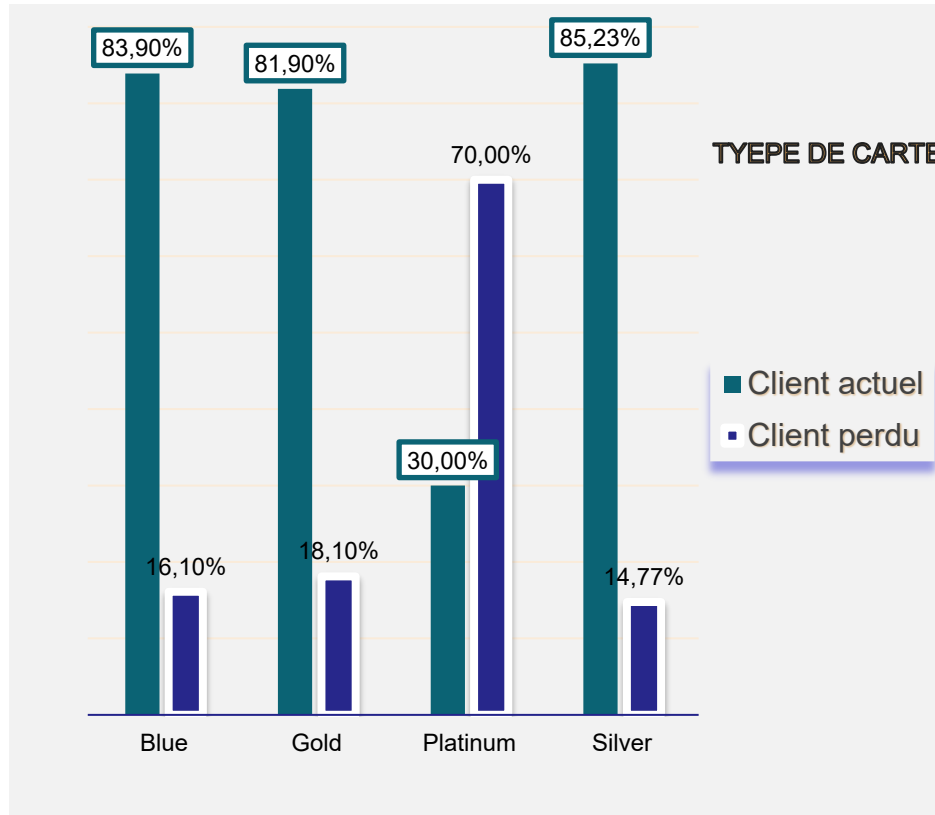
plus de personnes à charge chez les clients perdu (>=«3

personnes



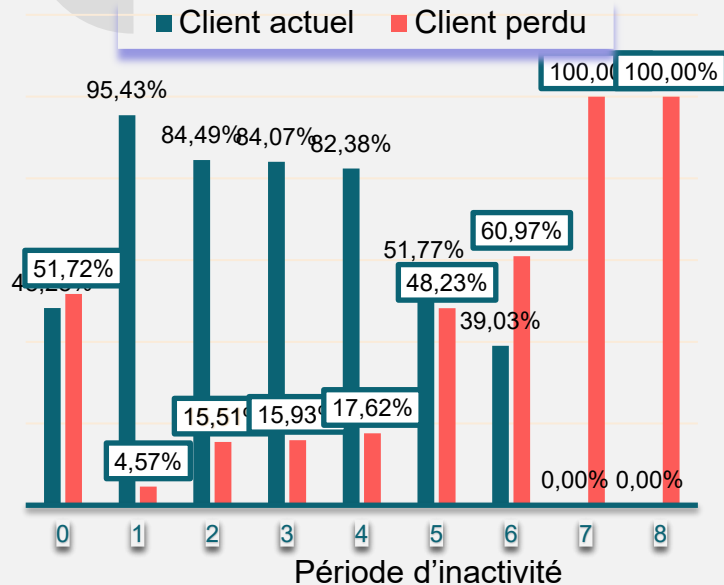


Profilage démographique

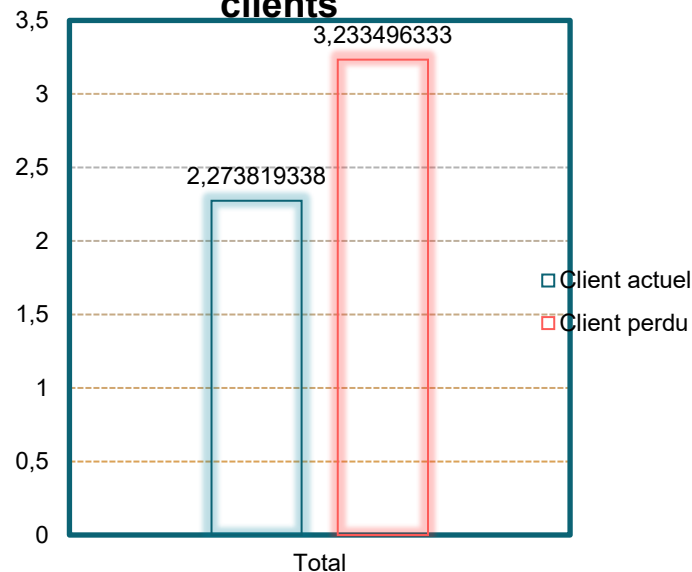


Les clients perdus ont les carte prestigieuses(Gold ou Platinum)

Répartition de la période d'inactivité selon le statut des clients



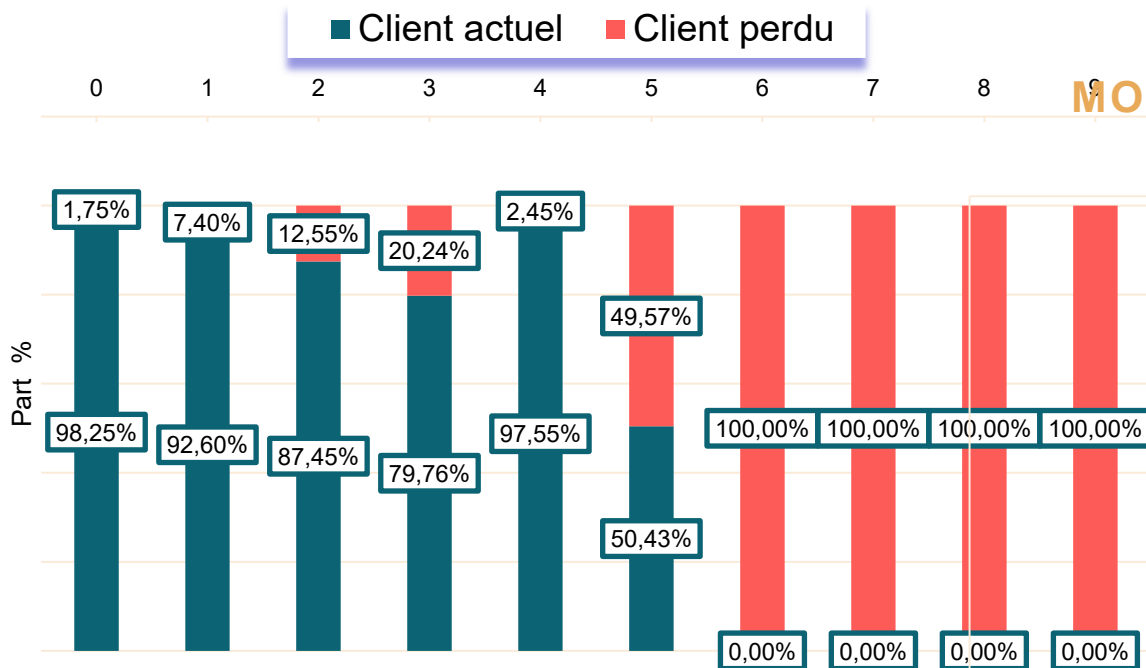
Répartition de la période d'inactivité selon le statut des clients



- Plus longue période d'inactivité d'au moins un mois entre les clients actuels les perdus
- cela peut indiquer une insatisfaction ou un manque d'utilisation des services liés à ce type de carte.

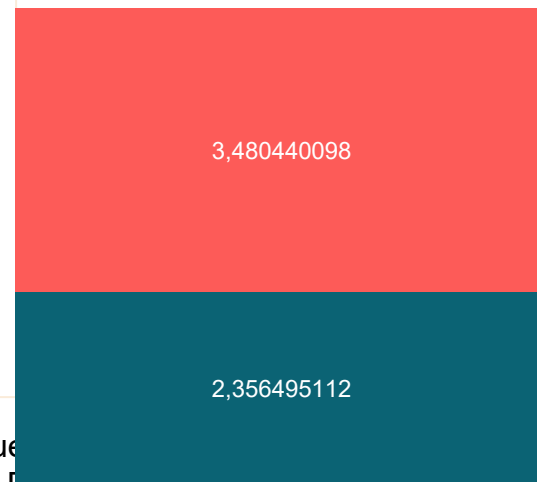
Profilage bancaire: financier

Tendance du nombre d'interaction des clients de la
primero Banques selon leur statut

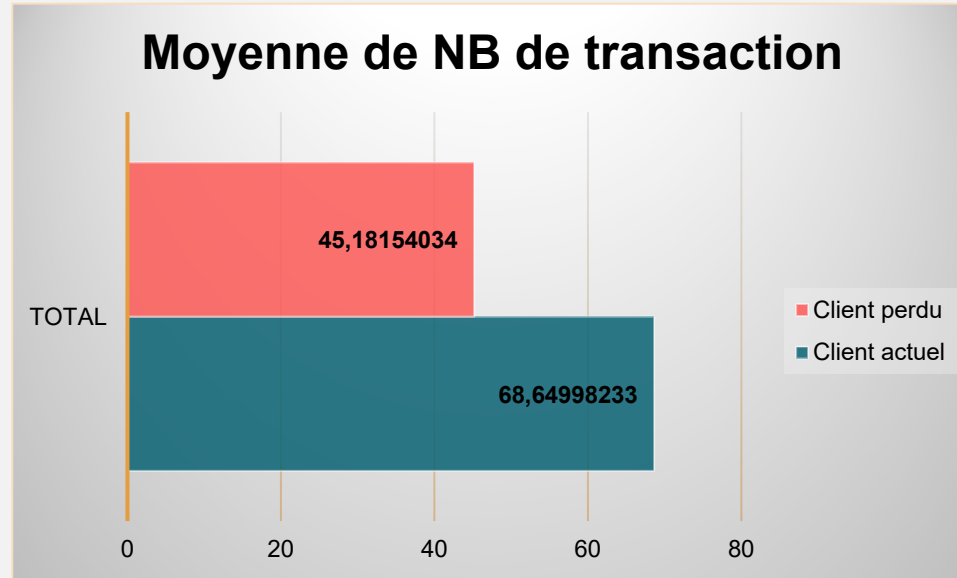


MOYENNE DE NB D'INTERACTION

TOTAL

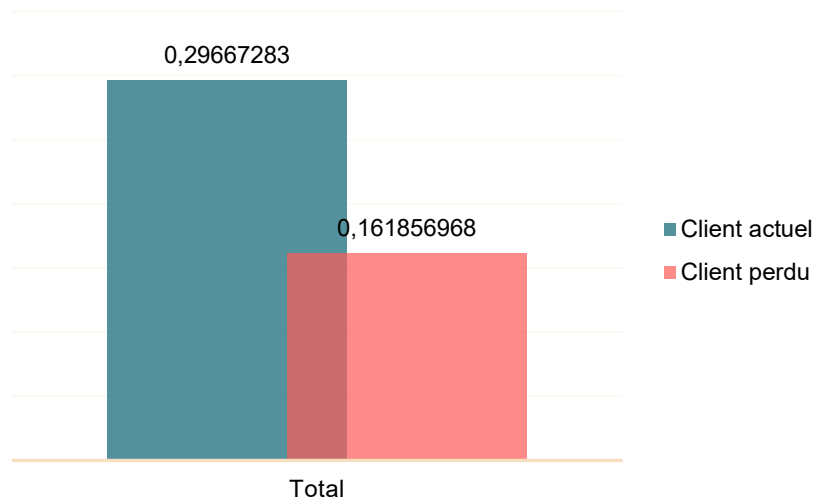


les clients perdus ont eu un nombre d'interactions significativement plus élevé que les clients actuels, cela pourrait indiquer des problèmes dans la qualité de ces interactions. Par exemple, des plaintes répétées ou des problèmes non résolus pourraient pousser les clients à partir.

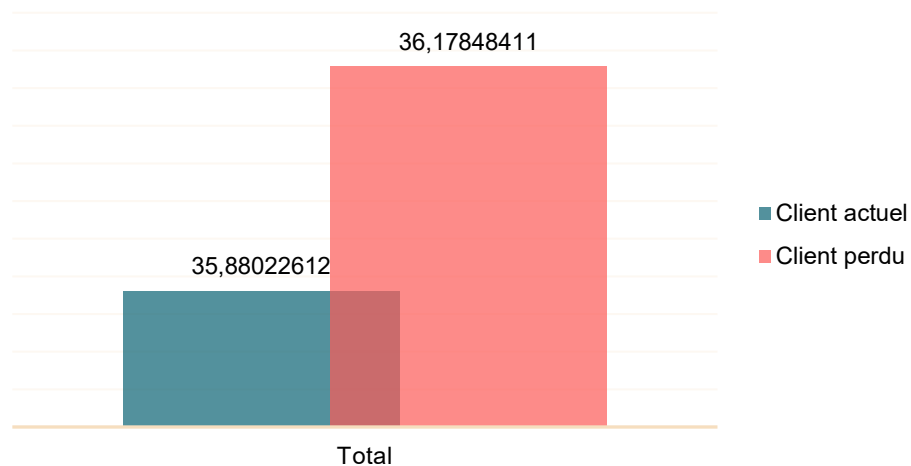


les clients actuels effectuent un nombre plus élevé de transactions par rapport aux clients qui ont quitté la banque
Cela peut suggérer un lien entre l'activité des clients et leur fidélité à long terme envers la banque.

Utilisation moyenne de la carte



moyenne de durée d'engagement



35 mois la durée moyenne d'engagement



Hypothèse de départ des clients



- 1. Frais Bancaires Élevés:
- 2. Changement de Situation Personnelle:
- 3. Insatisfaction liée aux Prestations de Services Bancaires:
- 4. Enregistrement:
- 5. Restrictions de Crédits:
- 6. Exigences Réglementaires:



Conclusion

1. Communication Transparente:

- Favoriser une communication sur les changements de politiques, et d'autres informations pertinentes

2. Service Client Réactif:

- Assurer un service client réactif et efficace pour résoudre rapidement les problèmes et répondre aux préoccupations des clients,

3 Options de Gestion en Ligne:

- Développer et promouvoir des options de gestion en ligne, offrant aux clients un accès facile à leurs comptes et transactions,

4 Personnalisation des Offres:

- Utiliser l'analyse des données pour personnaliser les offres et les recommandations, démontrant aux clients que la banque comprend et répond à leurs besoins individuels.