



RAPPORT D'ANALYSE PRIMERO BANK

AUDOUX Vincent 07/2024





Notre compréhension de vos enjeux

Contexte :

- Nombreux départs de clients

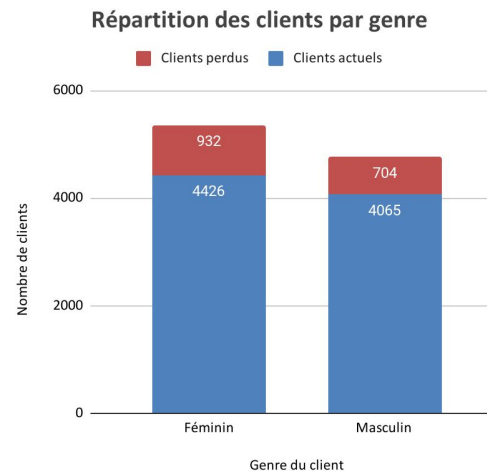
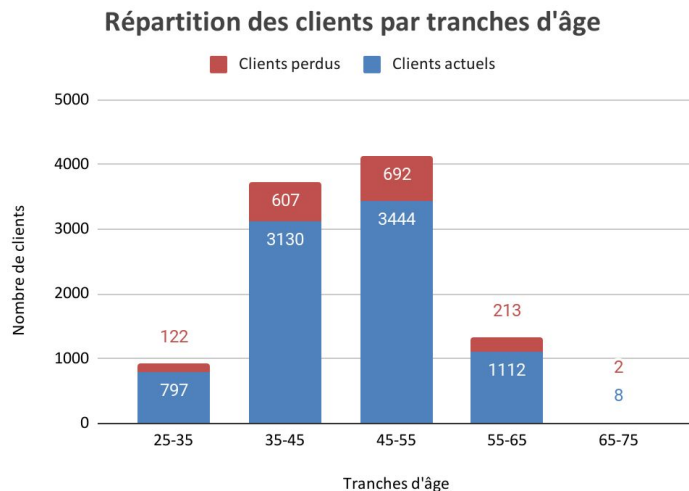
Objectif :

- Etablir un plan d'action, afin de développer des stratégies efficaces pour éviter de nouveaux départs

Stratégie :

- Identification et analyse des caractéristiques communes des clients partis
- Pistes d'analyse sur les raisons de ces départs
- Identification des profils de clients présentant un risque de départ

L'analyse des données



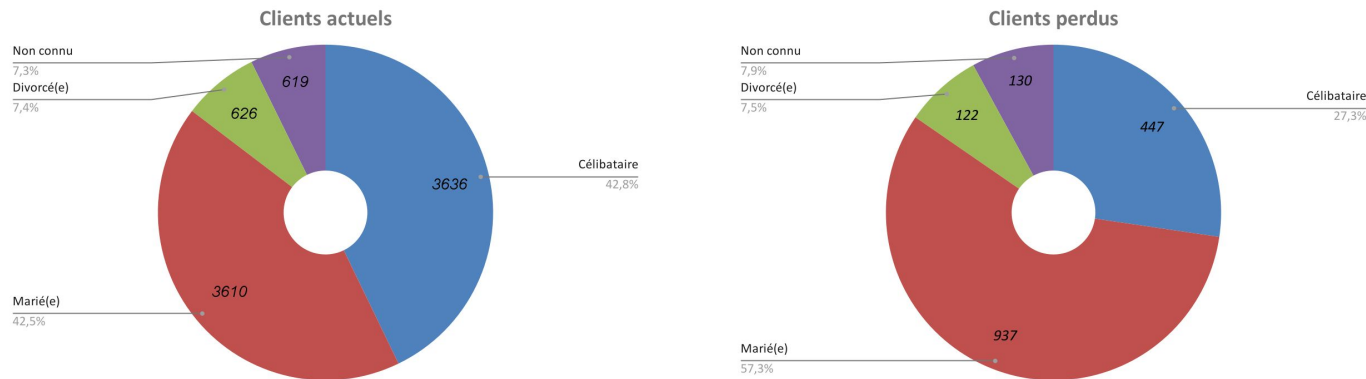
Le graphique de gauche présente la répartition des clients en fonction de leur tranche d'âge, regroupés en cinq catégories.

Les tranches d'âge les plus représentées sont celles des 35-45 ans, et des 45-55 ans, qui comprennent 79% des clients perdus, et 77% des clients actuels.

Le graphique de droite présente la répartition des clients selon leur genre. Le taux de départ des femmes de la banque est de 21%, contre 17% pour les hommes.

L'analyse des données

Répartition des clients selon leur statut marital



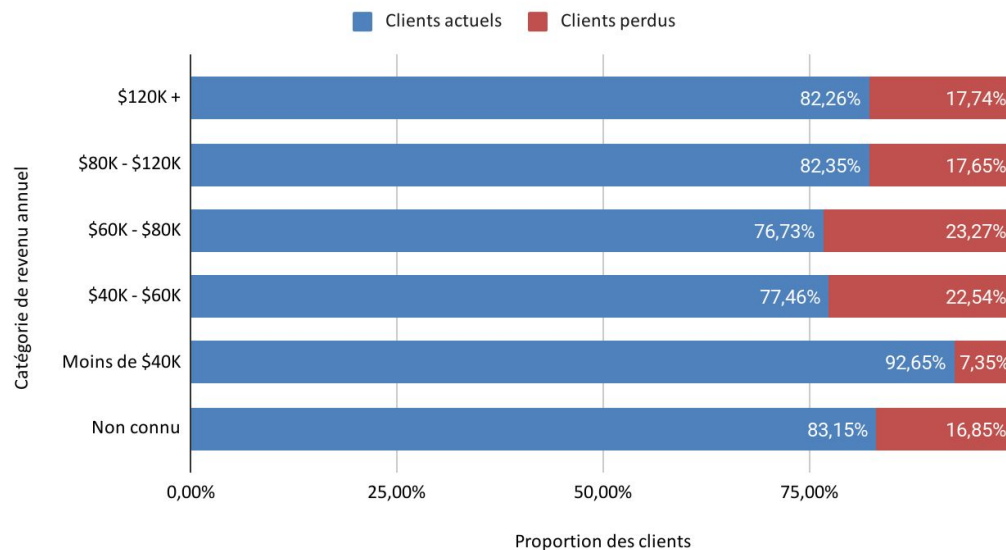
Le graphique présente la répartition des clients en fonction de leur statut marital, regroupés en quatre catégories : célibataires, mariés, divorcés et non connu.

La majorité des clients perdus soit 57%, sont des personnes mariées.



L'analyse des données

Répartition des types de clients pour chaque catégorie de revenu annuel



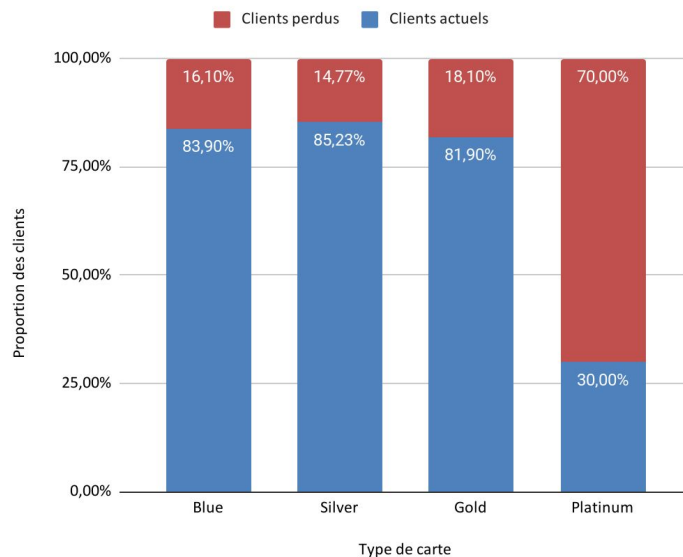
Le graphique présente la répartition des types de clients (actuels et perdus), pour chaque catégorie de revenu mensuel, regroupés en six catégories.

Les deux catégories les plus touchées par les départs sont celles des 40k-60k et des 60k-80k.

La tranche des "moins de 40k" est la moins impactée.

L'analyse des données

Répartition des types de clients pour chaque type de carte

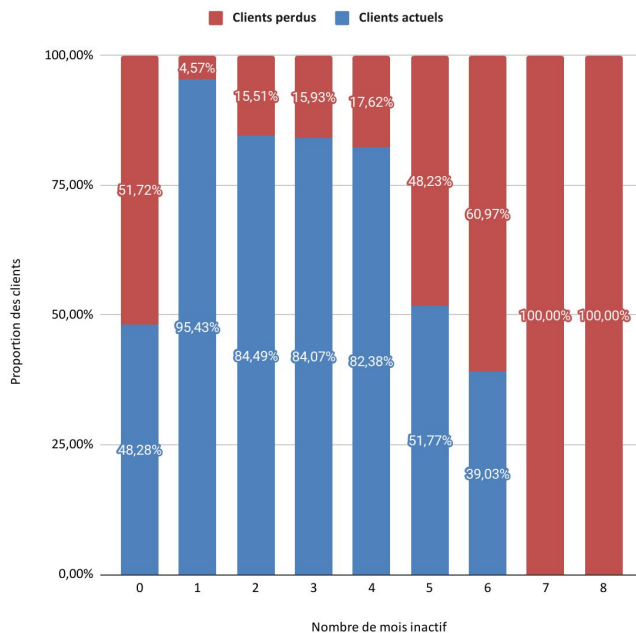


Le graphique présente la répartition des types de clients (actuels et perdus), pour chaque type de carte bancaire, regroupés en quatre catégories.

Sur l'ensemble des possesseurs de carte Platinum, 70% ont quitté la banque.

L'analyse des données

Répartition des types de clients pour chaque durée d'inactivité



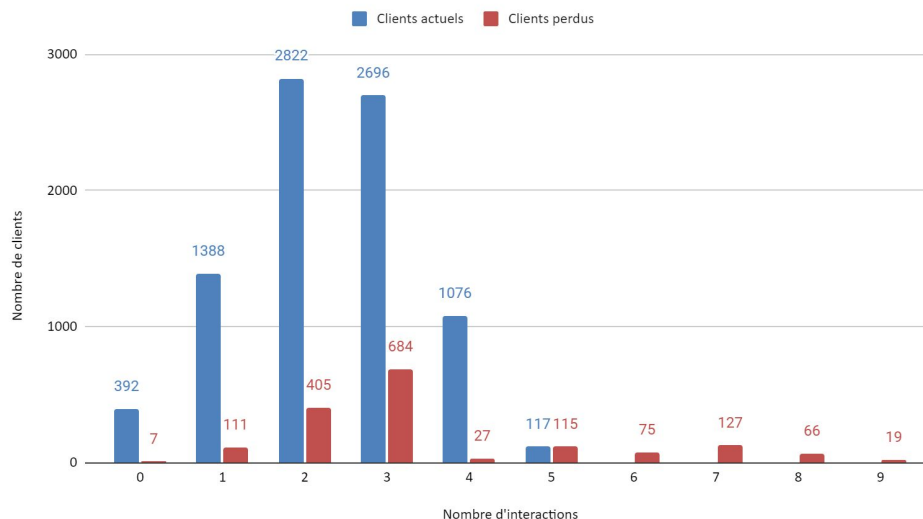
Le graphique présente la répartition des types de clients (actuels et perdus), pour chaque durée d'inactivité, regroupés en huit catégories allant de 0 à 8 mois.

Lorsque la période d'inactivité dure entre 5 et 6 mois, le taux de départ se situe entre 50% et 60%.

Lorsque cette période atteint 7 mois ou plus, le taux de départ est de 100%.

L'analyse des données

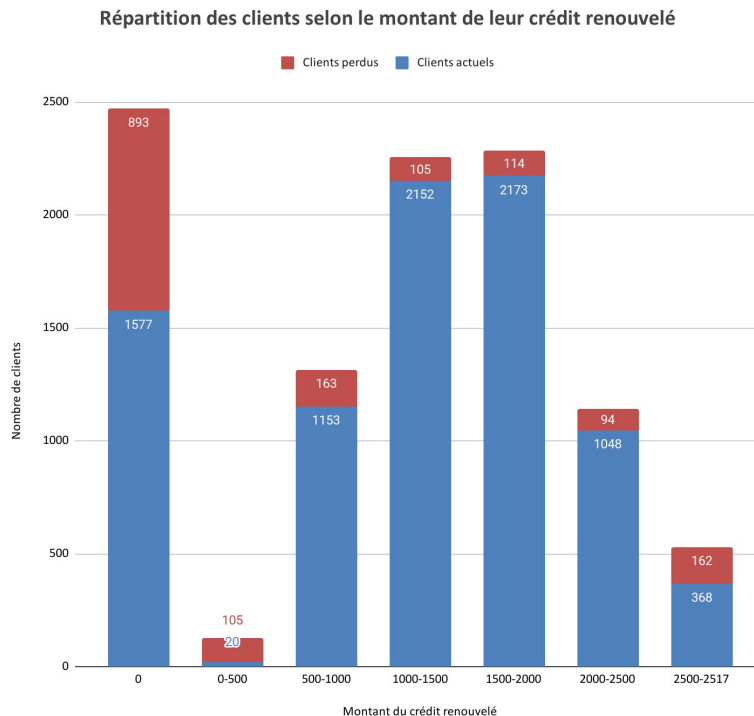
Répartition des clients selon leur nombre d'interactions avec la banque



Le graphique présente la répartition des clients selon le nombre d'interactions qu'ils ont eues avec la banque, regroupés en catégories allant de 0 à 9 interactions.

Tous les clients ayant eu six interactions ou plus avec la banque ont décidé de la quitter.

L'analyse des données



Le graphique présente la répartition des clients en fonction du montant de leur crédit renouvelé, regroupés en 7 catégories.

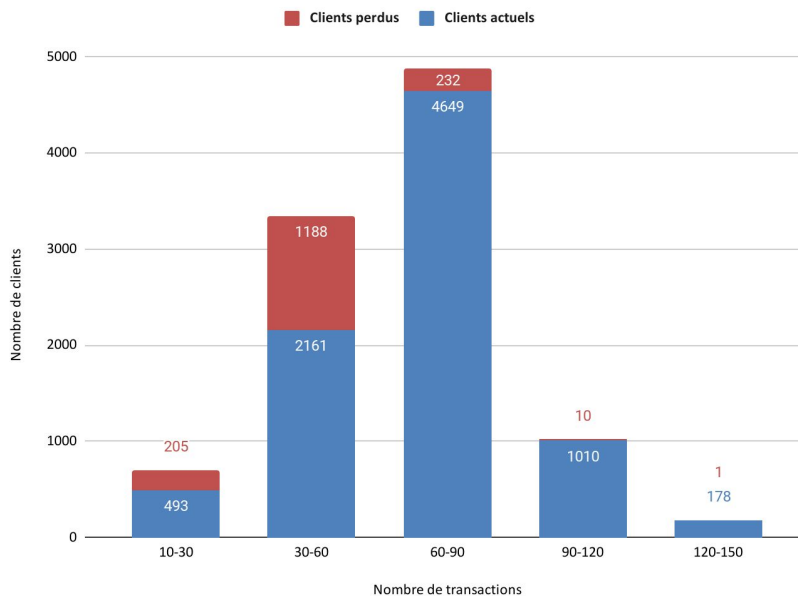
Près de 55% des clients perdus ne disposaient pas de crédit renouvelé.

Plus de 30% des clients qui disposaient du crédit renouvelé maximal ont quitté la banque.



L'analyse des données

Répartition des clients selon leur nombre de transactions moyenne annuelle

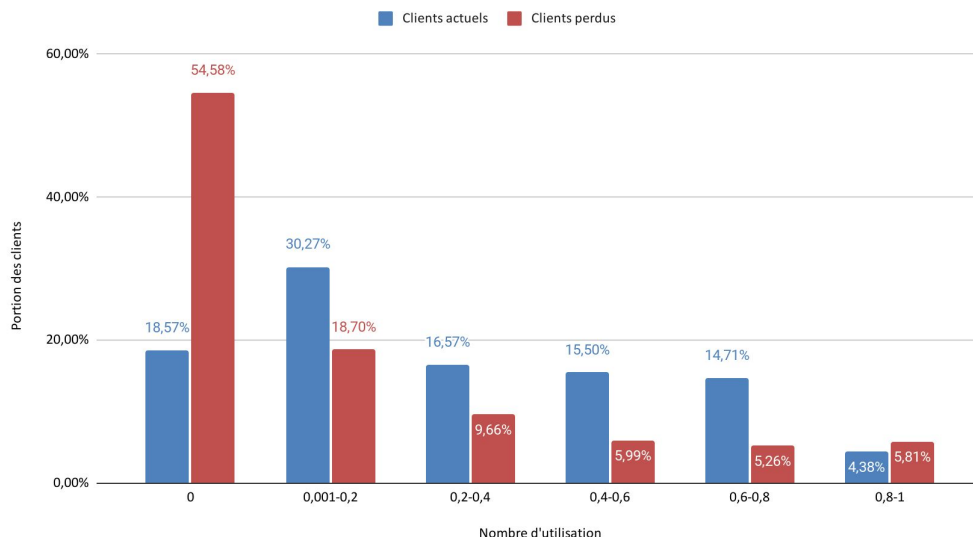


Le graphique présente la répartition des clients en fonction de leur nombre de transactions moyenne annuelle, regroupés en cinq catégories : allant de 10 à 150 transactions.

Les clients qui effectuent entre 30 et 60 transactions par an, représentent 72% des départs.

L'analyse des données

Répartition des types de clients selon l'utilisation quotidienne moyenne de leur carte



Le graphique présente la répartition de chaque type de clients (actuels et perdus), en fonction du nombre d'utilisations quotidienne moyenne de leur carte bleue, regroupés six catégories.

Près de 55% des clients perdus ne faisaient aucune utilisation de leur carte bleue.



L'analyse des données

Caractéristiques communes des clients partis :	Pistes d'analyse sur les raisons de ces départs :
- Clientèle principalement âgée entre 30 et 60 ans.	<i>Analyser les besoins, et les comportements financiers des clients âgés entre 30 et 60 ans.</i>
- Clients aux revenus annuels compris entre 40K et 60K, ainsi qu'entre 60K et 80K.	<i>Évaluer l'adéquation des services bancaires aux revenus de ces catégories de clients.</i>
- Personnes mariées plus fortement touchées.	<i>Analyser les facteurs spécifiques qui contribuent à cet impact.</i>
- Fréquence élevée des interactions avec la banque.	<i>Examiner les motifs des interactions fréquentes avec la banque pour comprendre les attentes et les besoins des clients.</i>
- Absence de renouvellement de crédit ou crédit inférieur à 500.	<i>Évaluer les raisons du faible renouvellement du crédit et déterminer les mesures correctives potentielles.</i>
- Nombre de transactions annuelles compris entre 30 et 60.	<i>Analyser les tendances des transactions annuelles pour identifier les opportunités d'amélioration ou d'optimisation.</i>
- Faible utilisation ou absence d'utilisation de la carte bleue.	<i>Comprendre les causes sous-jacentes de l'utilisation nulle ou faible de la carte bleue afin de déterminer des incitations ou des améliorations nécessaires.</i>
- Clients inactifs depuis au moins 5 mois.	<i>Identifier les raisons sous-jacentes de l'inactivité prolongée de certains clients.</i>

Les clients qui présentent les mêmes caractéristiques que ceux ayant quitté la banque sont considérés comme des profils à risques. Afin de prévenir cette situation, il est essentiel de surveiller attentivement ces profils et de mettre en place des mesures de rétention adaptées pour maintenir leur engagement.



Conclusion

En conclusion, l'analyse des clients ayant quitté la banque a permis de mettre en évidence des tendances clés et des facteurs déterminants.

Ces informations sont essentielles pour comprendre les motifs de départ et mettre en place des stratégies de fidélisation.