

Rapport d'analyse – Primero Bank

Nom du rédacteur	Vincent AUDOUX	Date	01/07/2023
Nom du client	Primero Bank	Sujet de l'analyse	Départs de clients

Comment remplir ce document :

- Un exemple est donné à titre indicatif en italique. Supprimez-le avant d'ajouter votre texte.
- Ajoutez et supprimez des lignes selon vos besoins dans les tableaux ci-dessous.

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 : avez-vous des opérations de nettoyage à réaliser ?

Listes des opérations de nettoyage des données à réaliser	Raison pour laquelle cette opération est nécessaire
Suppression de la colonne "numéro client".	Cette colonne ne donne aucune information nécessaire ou pertinente pour cette analyse.

IV. 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° :
Âge du client	La clientèle se compose principalement de personnes âgées de 35 à 55 ans.	1, 2
Statut marital	La plupart des départs concernent des personnes mariées (près de 60%). Les offres destinées aux couples semblent mal adaptées à leurs besoins.	1, 2, 3
Catégorie de revenu annuel	Les catégories "40k-60k" et "60k-80k" sont les plus touchées par les départs. La moins impactée est la catégorie "moins de 40k".	1, 3
Type de carte	Plus de 93% des clients sont détenteurs d'une carte "Blue" (gratuite). Sur l'ensemble des possesseurs de carte Platinum, 70% ont quitté la banque. Les offres liées aux cartes bleues manquent d'attrait.	2, 3

Durée d'engagement du client	Au cours de ses deux premières années d'existence, la banque a observé une augmentation du nombre de ses nouveaux clients. Il y a 3 ans, la banque a connu une arrivée massive de nouveaux arrivants. Depuis les 36 derniers mois, la tendance s'est inversée, et le nombre de nouveaux prospects décroît.	1, 2, 3
Nombre de mois inactif	Lorsque l'inactivité dure 5 mois ou plus, le taux de départ est très élevé. Cela peut-être un indicateur prédictif de résiliations.	1, 3
Nombre d'interactions avec la banque	On observe qu'à partir de 6 interactions et au-delà, l'intégralité des clients ont quitté la banque. L'interaction et la communication pourraient être améliorées afin de renforcer la relation client.	1, 2, 3
Montant du crédit renouvelé	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. Les stratégies d'offres de crédits ne répondent pas aux attentes.	1, 2
Nombre de transactions	Les clients qui effectuaient entre 30 et 60 transactions par an, représentent 72% des départs. Les offres et les services ne répondent pas adéquatement aux besoins de cette catégorie de clients.	1, 2, 3
Utilisation moyenne de la carte	Près de 55% des clients perdus ne faisaient aucune utilisation de leur carte bleue. Cela peut-être attribué au manque d'avantages, de récompenses ou d'incitation liées à l'utilisation de la carte bleue.	1, 2, 3

V. Visualisation de données : quelles représentations graphiques sont selon vous les plus adaptées pour faire parler vos données ?

Objectif de la visualisation	Représentation graphique choisie	Justification du choix
------------------------------	----------------------------------	------------------------

Objectif 1 Montrer que la plus grande partie des clients se situent entre 35 et 55 ans, et qu'ils représentent aussi le plus grand nombre de départs.	Visualisation 1 Graphique à barres empilées Répartitions des clients selon leur tranche d'âge.	Le graphique à barres empilées car il facilite l'observation des variations dans les proportions entre les catégories.
Objectif 2 Démontrer que le taux de départs chez les personnes mariées est le plus important.	Visualisation 2 Graphique en anneau Répartition des clients selon leur statut marital en 4 groupes.	Le graphique à barres convient car il permet une comparaison visuelle facile entre les catégories.
Objectif 3 Démontrer que les catégories les plus impactées par les départs sont celles de 40-60k et 60-80k.	Visualisation 3 Graphique à barres empilées Répartition des clients par catégorie de revenu annuel en 6 groupes.	Le graphique à barres empilées, car il permet à la fois de visualiser les totaux des catégories et les contributions individuelles à ces totaux.
Objectif 4 Notifier que la carte platinum ne répond pas aux attentes de ses utilisateurs.	Visualisation 4 Graphique à barres empilées Répartition des clients selon chaque type de carte bleue (4 au total).	L'histogramme empilé car il met en évidence chaque portion de chaque catégorie.
Objectif 5 Démontrer que les départs de clients sont très fréquents après une période d'inactivité de 5 mois et plus.	Visualisation 5 Histogramme empilé Répartition des clients selon leur durée d'inactivité allant de 0 à 8 mois.	L'histogramme empilé pour sa facilité de compréhension et sa clarté.
Objectif 6 Mettre en garde sur le fait qu'au-delà de 5 interactions avec la	Visualisation 6 Graphique à colonnes Répartition des clients selon leur nombre d'interactions avec la	Le graphique à colonnes a été choisi car il permet d'illustrer de manière intuitive les clients les moins suivis.

banque, la totalité des clients ont choisi de partir.	banque allant de 0 à 9.	
Objectif 7 1.Démontrer que la majorité des clients perdus sont ceux qui ne disposaient d'aucun crédit renouvelé. 2.Souligner que parmi les clients perdus, une partie significative correspondait à ceux ayant bénéficié du plus gros crédit renouvelé.	Visualisation 7 Graphique à colonnes Répartition des clients selon le montant de leur crédit renouvelé.	Le graphique à colonnes est adapté à la situation, car il offre une représentation claire et visuelle des proportions des catégories dominantes.
Objectif 8 Signaler que la portion de clients effectuant entre 30 et 60 transactions par an, est celle qui quitte le plus fréquemment la banque.	Visualisation 8 Graphique à colonnes, représentant les clients classés en 5 groupes selon leur nombre de transactions annuelles.	Le graphique à colonnes permet de comparer facilement les quantités de clients de chaque catégorie.
Objectif 9 Mettre l'accent sur le fait que le plus grand nombre de clients perdus, n'utilisaient pas du tout, ou très peu leur carte bleue.	Visualisation 9 Graphique à colonnes Répartition des clients par utilisation quotidienne moyenne de leur carte, en 6 groupes.	Le choix du graphique à colonnes se justifie par sa simplicité et sa facilité de compréhension, surtout dans ce cas précis, afin de mettre en avant 2 catégories dominantes.