



**Visualisez des données avec
Excel**

Plan



Enjeux du Client

Les objectifs

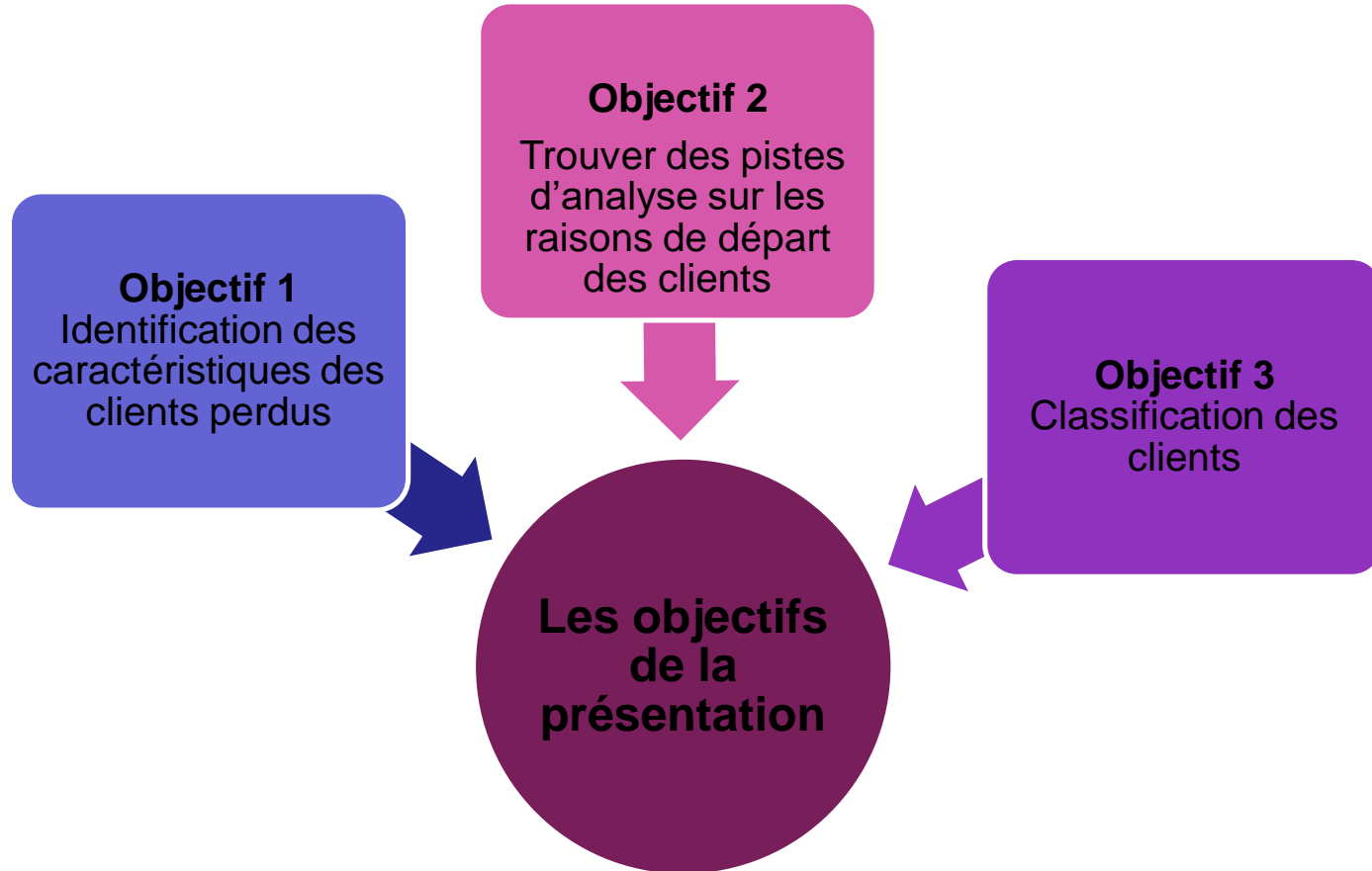
L'analyse des données

Conclusion

Enjeux du client

- 1 Comprendre pourquoi les clients quittent la banque
- 2 Conserver les clients qui sont susceptibles de partir de la banque
- 3 Trouver des solutions pour capter des nouveaux clients

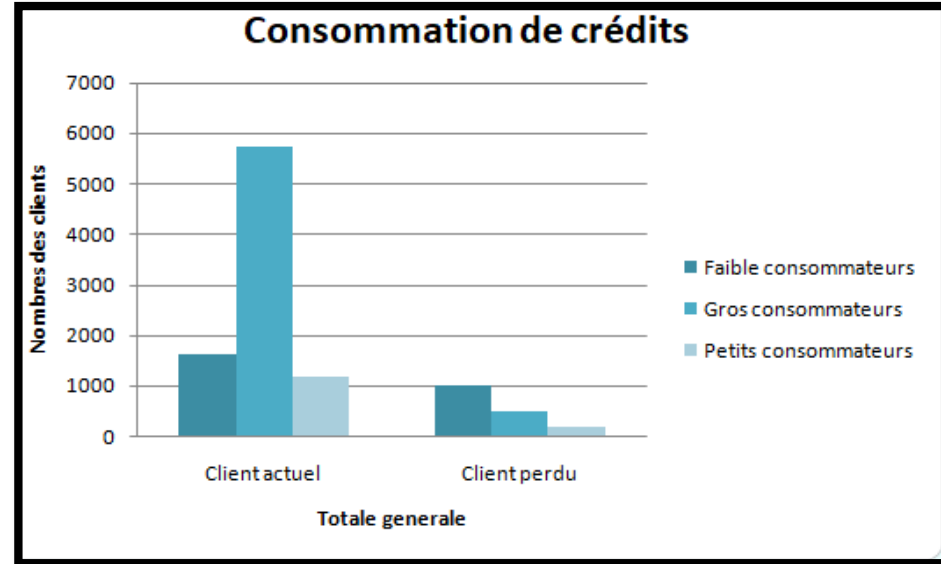
Les objectifs



L'analyse des données

Objectif 1

Étiquettes de lignes	Nombre de N° du client	Pourcentage (%)
Client actuel	8491	
Faible consommateurs	1597	18,80814981
Gros consommateurs	5740	67,60098928
Petits consommateurs	1154	13,59086091
Client perdu	1636	
Faible consommateurs	999	61,06356968
Gros consommateurs	474	28,97310513
Petits consommateurs	163	9,963325183
Total général	10127	

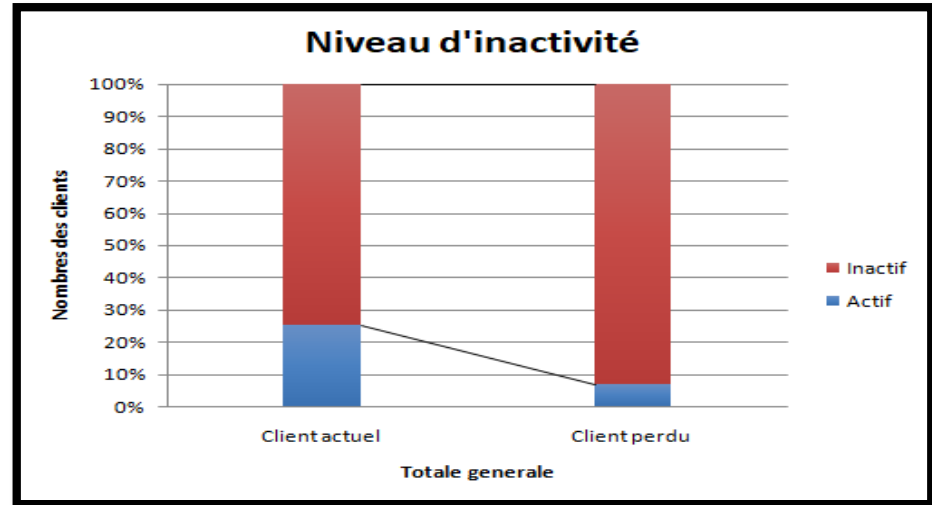


- Clients perdus sont des faibles consommateurs de crédits;
- Clients actuels sont des gros consommateurs de crédits.

L'analyse des données

Objectif 1

Étiquettes de lignes ▼	Nombre de N° du client	Pourcentage(%)
Client actuel	8491	
Actif	2145	25,26204216
Inactif	6346	74,73795784
Client perdu	1636	
Actif	117	7,151589242
Inactif	1519	92,84841076
Total général	10127	

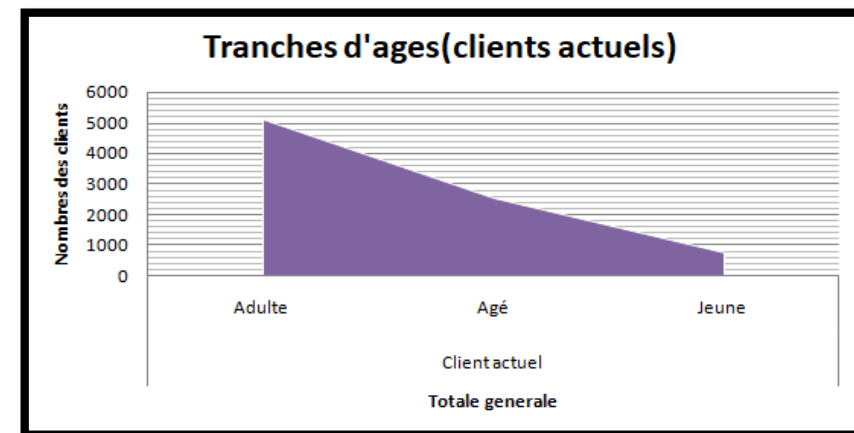
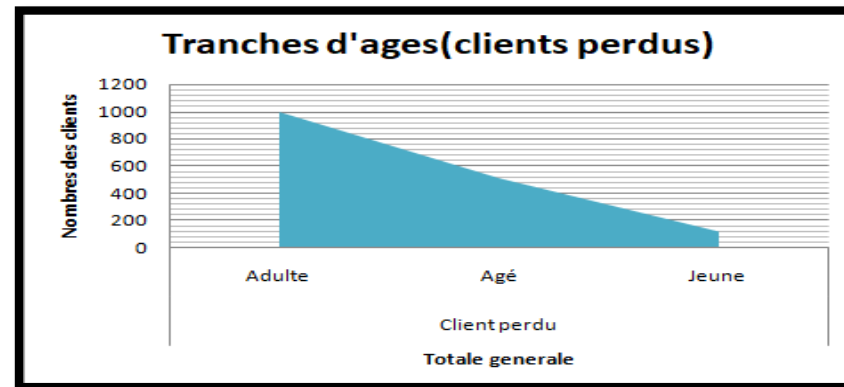


On peut remarquer que les clients perdus ont tendance à rester inactif.

L'analyse des données

Objectif 1

Étiquettes de lignes	Nombre de N° du client	Pourcentage (%)
Client actuel	8491	
Adulte	5124	60,34624897
Agé	2570	30,26734189
Jeune	797	9,386409139
Client perdu	1636	
Adulte	1000	61,12469438
Agé	514	31,41809291
Jeune	122	7,457212714
Total général	10127	



=> L'âge n'a pas d'effet significatif sur les statuts des clients.

L'analyse des données

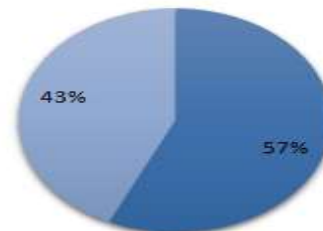
Objectif 1

Étiquettes de lignes	Nombre de N° du client	Pourcentage (%)
Client actuel	8491	
F	4426	52,12578024
M	4065	47,87421976
Client perdu	1636	
F	932	56,96821516
M	704	43,03178484
Total général	10127	

=> Le genre n'a pas d'effet.

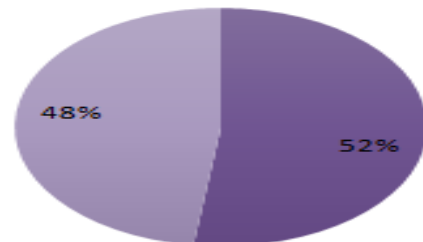
Genres des clients perdus

Client perdu F Client perdu M



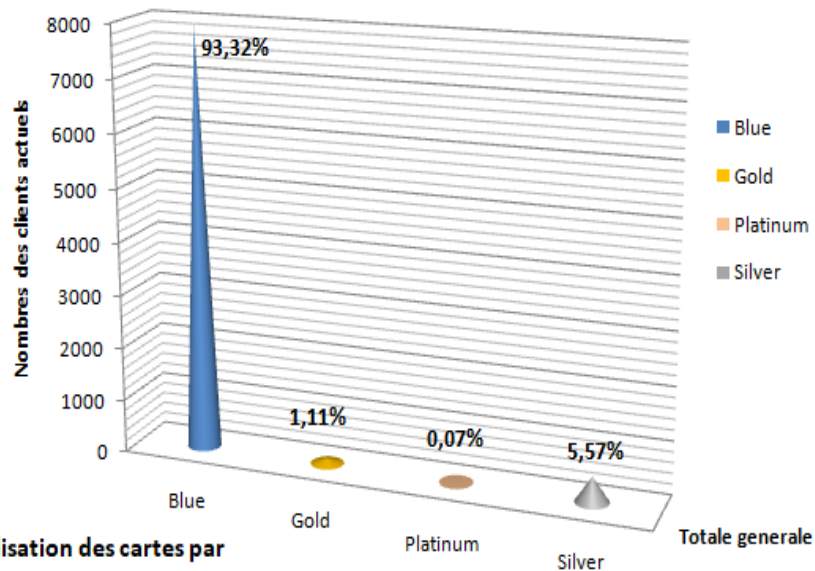
Genres des clients actuels

Client actuel F Client actuel M

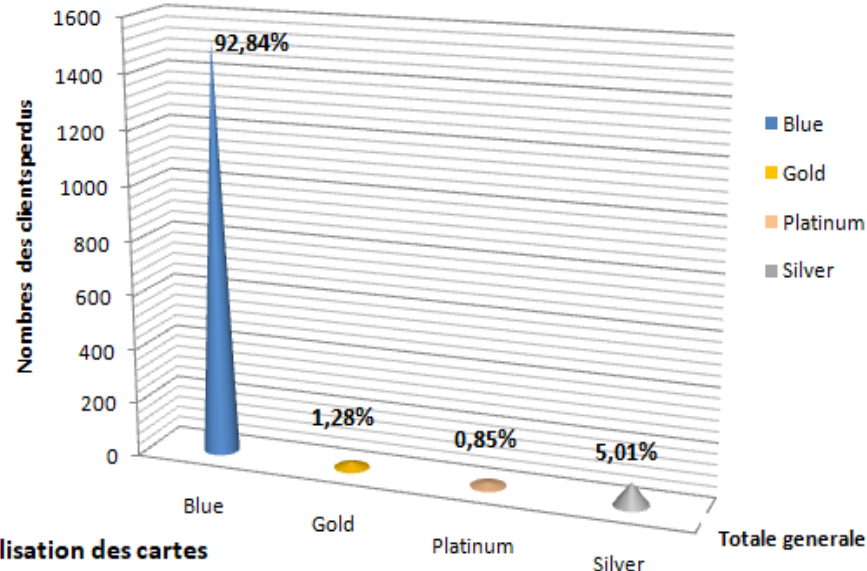


L'analyse des données

Objectif 1



Utilisation des cartes par type(clients actuels)



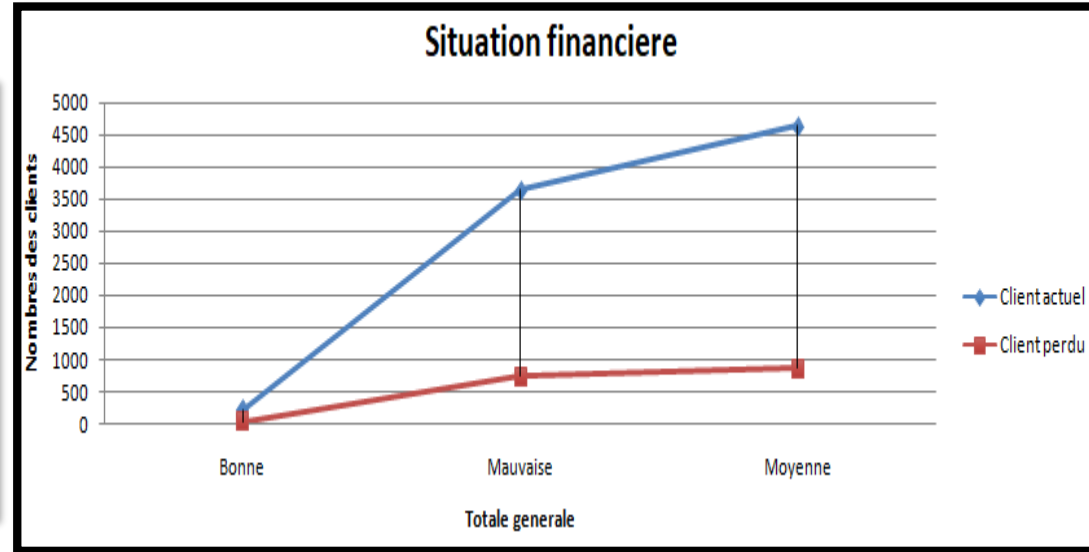
Utilisation des cartes par type(clients perdus)

=> Pas d'effet.

L'analyse des données

Objectif 1

Étiquettes de lignes	Nombre de N° du client	Pourcentage (%)
Client actuel	8491	
Bonne	218	2,567424332
Mauvaise	3632	42,77470263
Moyenne	4641	54,65787304
Client perdu	1636	
Bonne	35	2,139364303
Mauvaise	735	44,92665037
Moyenne	866	52,93398533
Total général	10127	



⇒ Clients perdus et actuels ont des situations financières similaires.

⇒ *Pas d'effet*

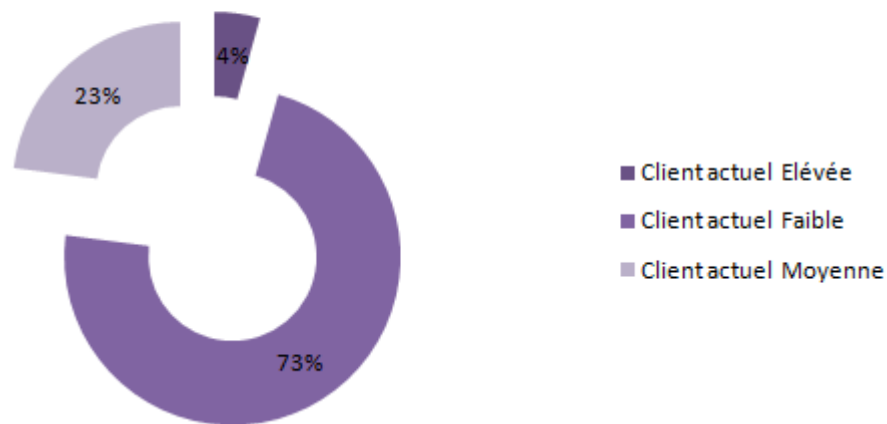
L'analyse des données

Objectif 2

Utilisation des cartes bancaires (Clients perdus)



Utilisation de la carte bancaire (clients Actuels)

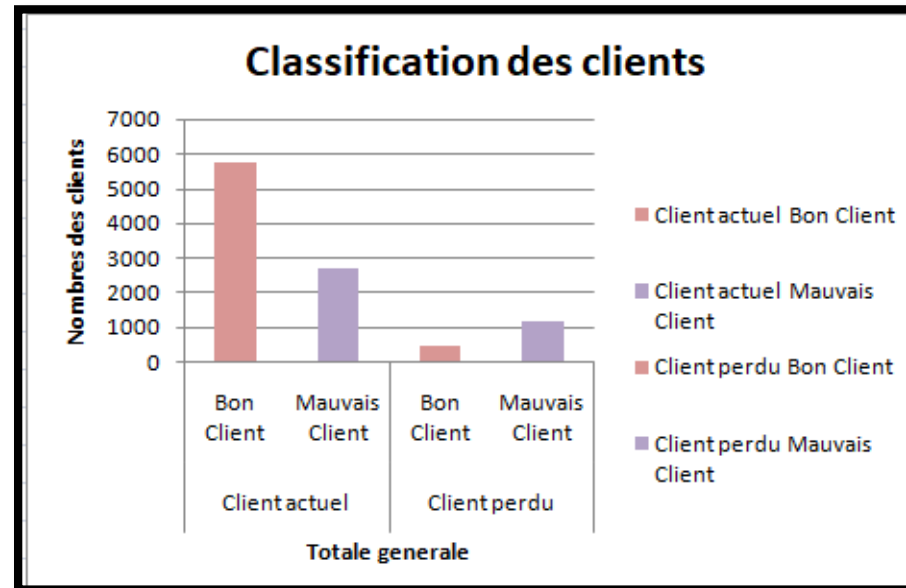


On peut remarquer aussi que les clients perdus ont tendance d'utiliser moins les cartes bancaires.

L'analyse des données

Objectif 3

Étiquettes de lignes	Nombre de N° du client	Pourcentage (%)
Client actuel	8491	
Bon Client	5774	68,00141326
Mauvais Client	2717	31,99858674
Client perdu	1636	
Bon Client	474	28,97310513
Mauvais Client	1162	71,02689487
Total général	10127	



Les clients qui **ne** sont **pas** des **gros consommateurs** de crédit **et** qui **restent inactifs** pendant plus de deux mois **et/ou** ont une **faible utilisation des cartes** bancaires sont les plus susceptibles de partir de cette banque indépendamment de leurs genres, âges et situations financières.



Conclusion

- *les clients perdus se caractérisent par: faible consommation de crédit et une inactivité élevée;
- *les clients actuels susceptibles de partir de la banque => les mauvais clients actuels (faible consommations des crédit ou inactif ou faible utilisation des cartes bancaires)
- *Les solutions pour conserver ces clients et capter des nouveaux clients sont :
 - > améliorer les crédits de la banque (diminuer les taux d'intérêt, nouveaux types de crédit, crédit consommation, crédit travaux, ...);
 - > nouvelles offres cartes bancaires(parrainage, ...);
 - > ajouter des frais d'inactivité;
 - > Fidéliser les clients;
 - > Mettre l'accent sur la personnalisation.