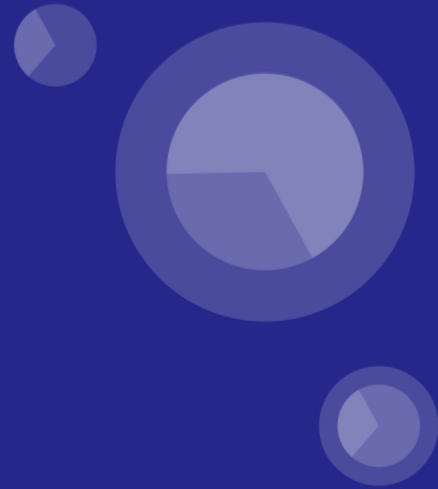




PRIMERO BANK
Vagues de départs





Notre compréhension de vos enjeux

L'entreprise & la problématique



PRIMERO BANK

Banque en ligne - 5 ans

Vague de départs clients

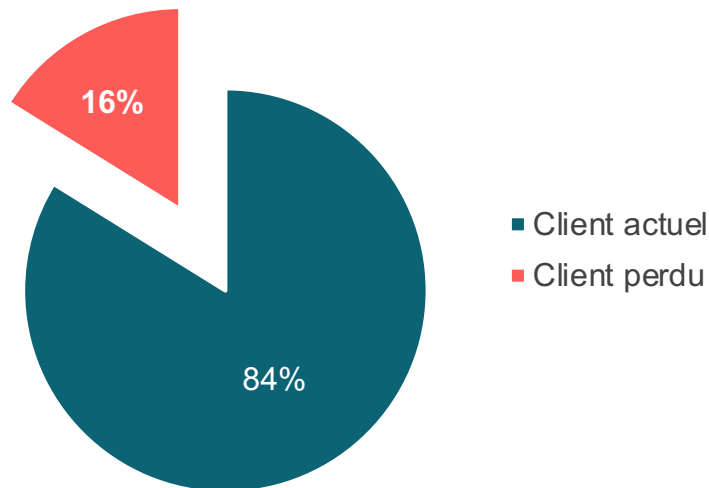


Notre compréhension de vos enjeux

Ampleur des départs

16 %
des clients
ont quittés

Répartition des clients





Notre compréhension de vos enjeux

Enjeux

Qui ?



Pourquoi ?

Comment éviter
d'autres vagues
de départs ?

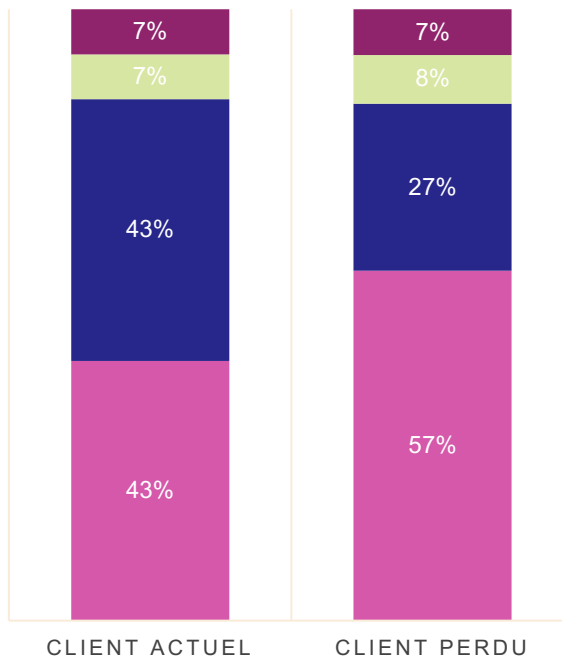


Profil des clients de la banque

Statut marital - clients actuels vs perdus



43% mariés
43% célibataires



- Divorcé(e)
- Non connu
- Célibataire
- Marié(e)



57% mariés
27% célibataires

Profil des clients de la banque

Catégorie de revenus – clients actuels vs perdus



CLIENT

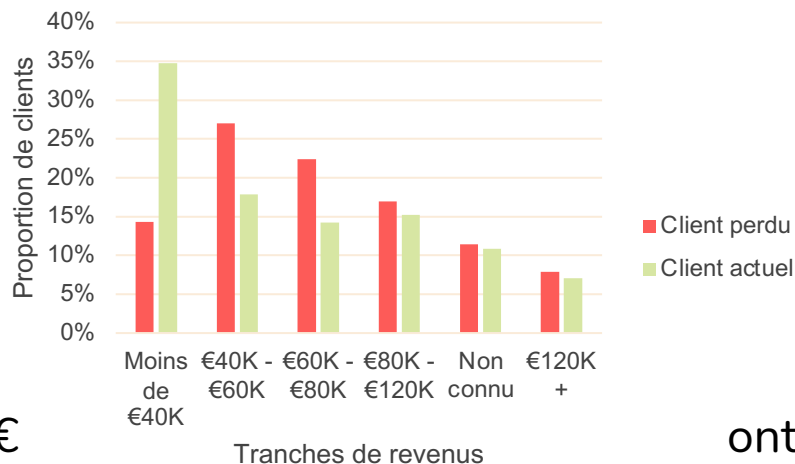
+ 1/3

des clients

actuels

a des revenus < 40k€

Répartition des clients par revenus



3/4

des clients

perdus

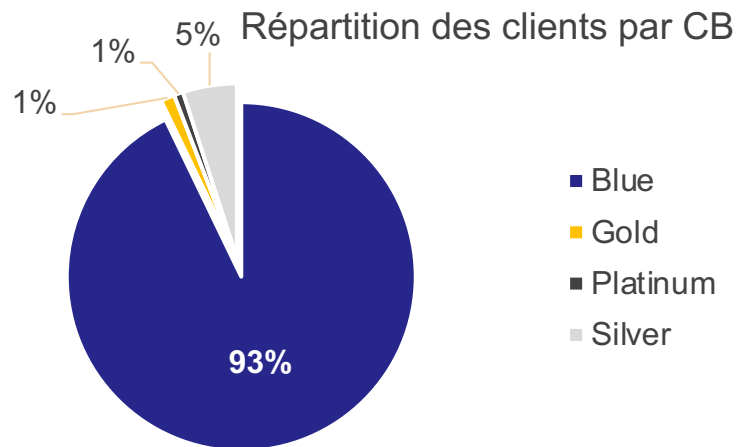
ont des revenus > 40k€



Habitude d'utilisation des clients

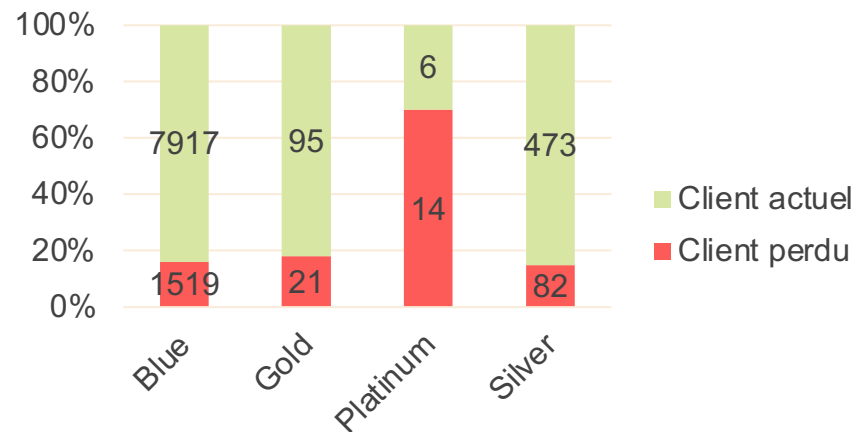
Type de carte utilisées – clients actuels & perdus

93% des clients ont une **CB Blue**



70% CB Platinum quittent

Proportion de départ par type de carte





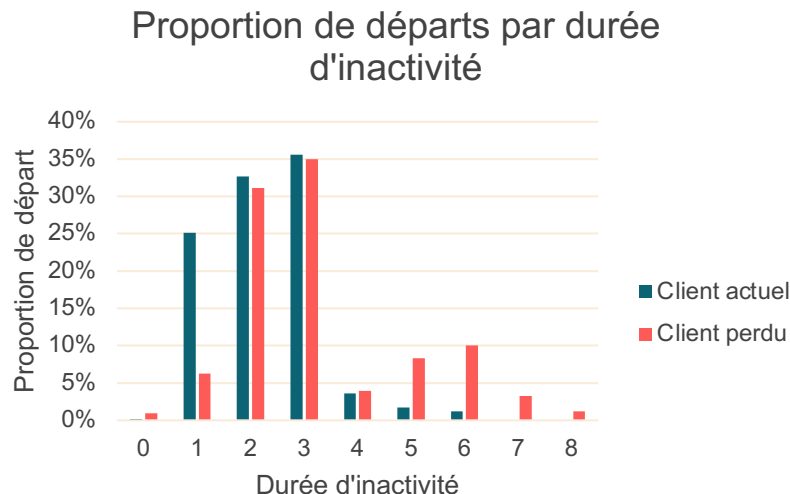
Profil des clients de la banque

Nombre de mois inactifs – clients actuels vs perdus



94%
des clients
actuels

ne dépassent pas
3 mois d'inactivité



26%
des clients
perdus
dépassent
3 mois d'inactivité



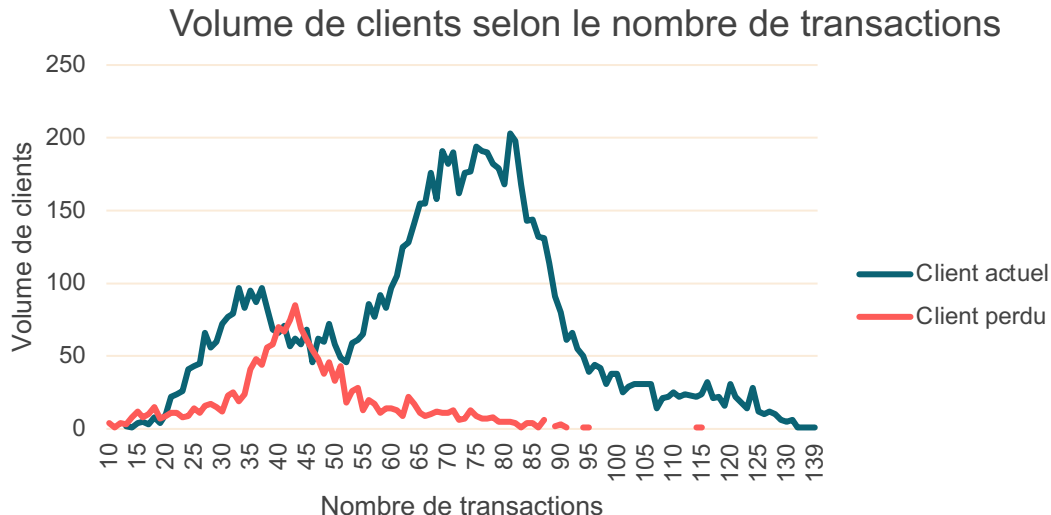
Habitude d'utilisation des clients

Nombre de transactions – clients actuels vs perdus



69 Transactions en
moyenne pour
les clients actuels

45 Transactions en
moyenne pour
les clients perdus



Habitude d'utilisation des clients

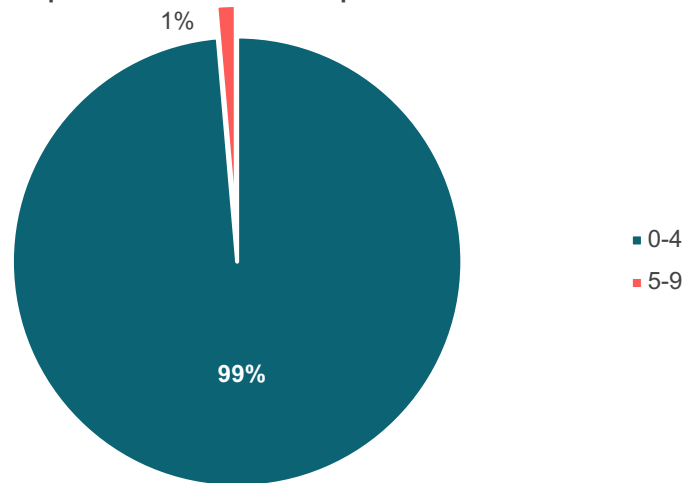
Nombre d'interactions - clients actuels

99%

des clients actuels ont
4 interactions ou -



Proportion de clients par interaction



Habitude d'utilisation des clients

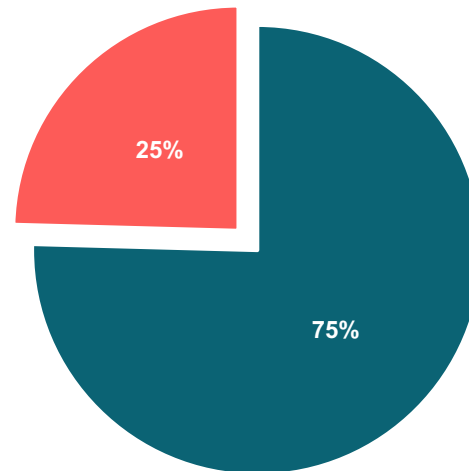
Nombre d'interactions - clients perdus

25%

des clients perdus ont
+ de 4 interactions



Proportion de clients par interaction

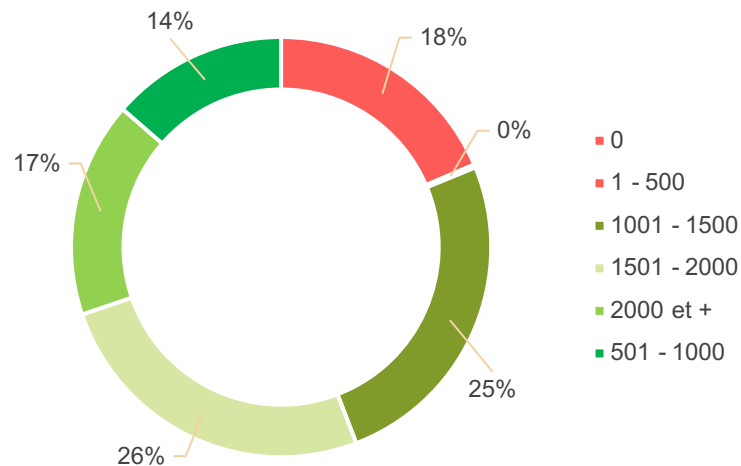


■ 0-4
■ 5-9

Habitude d'utilisation des clients

Montants crédits renouvelables - clients actuels

Répartition des clients par montant



+ de 80%

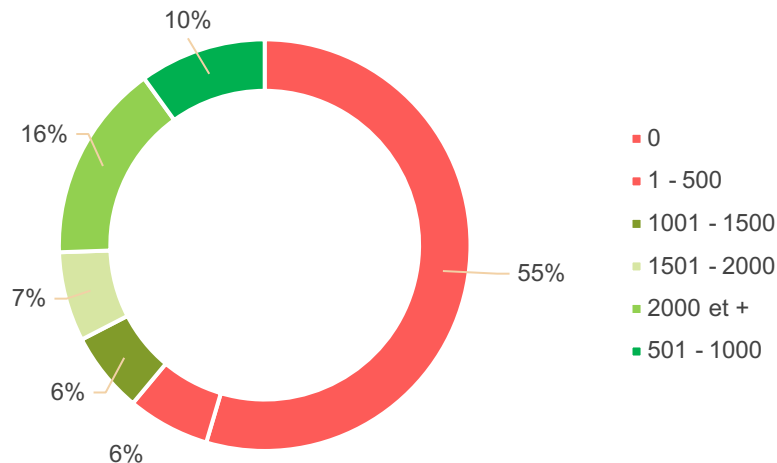
des clients actuels ont un crédit renouvelable de 500€ et +



Habitude d'utilisation des clients

Montants crédits renouvelables – clients perdus

Répartition des clients par montant



+ de 60%

des clients perdus ont un crédit renouvelable de - de 500€





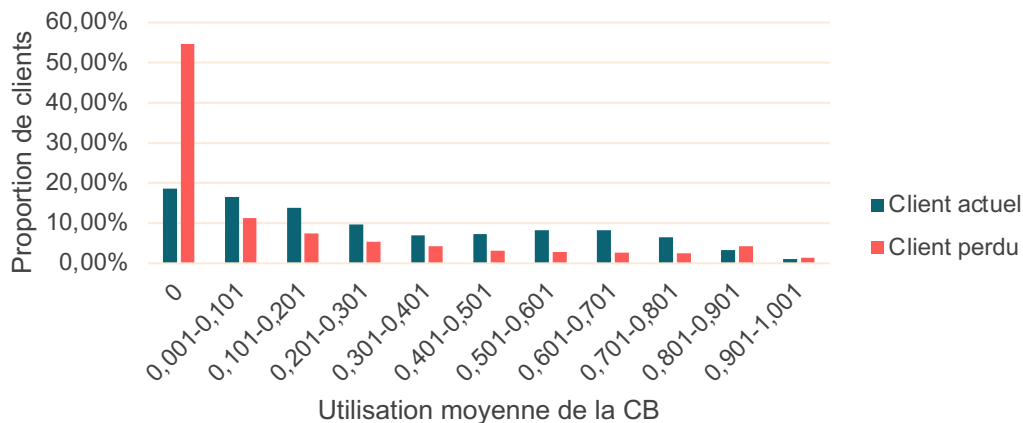
Habitude d'utilisation des clients

Utilisation moyenne de la CB – clients perdus vs actuels

55%

des clients perdus
n'utilisent pas leur CB
(19% chez les clients
actuels)

Proportion de clients en fonction du taux
d'utilisation de la CB

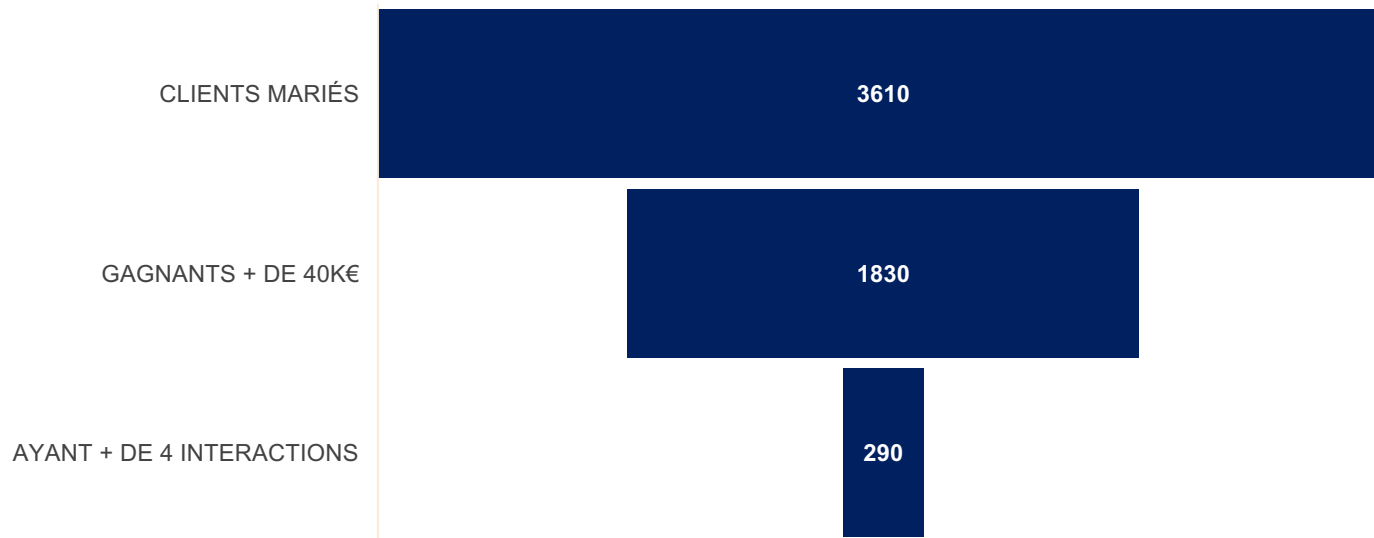




Calcul des clients à risques

L'analyse des données

Entonnoir des clients à risque





Bilan et recommandations

Les **clients avec des revenus supérieurs** (individuellement ou au niveau du foyer pour les couples mariés) **sont**, semble t'il, **moins satisfait** de l'offre proposée par la banque.

La grande majorité des clients utilisent une CB Blue qui est gratuite et très peu de cartes Premium.

Peut être serait il intéressant de **travailler sur des offres adaptées aux plus hauts niveaux de revenus** avec par ex. une réduction, voir la gratuité des cartes Premium pour ce segment.

Il pourrait aussi être judicieux de **contacter les clients inactifs depuis plus de 4 mois ou ayant eu plus de 4 interactions** avec la banque afin de **les interroger sur leur satisfaction** (ou insatisfaction) et y répondre avant qu'ils ne quittent la banque.

L'offre Platinum est vraisemblablement à revoir.



Conclusion

Merci de votre écoute et de la confiance accordée pour la réalisation de cette étude.