



LES CLIENTS DE PRIMERO BANK

Pourquoi partent-ils?



Récemment, Primero Bank a perdu **16% de ses clients.**

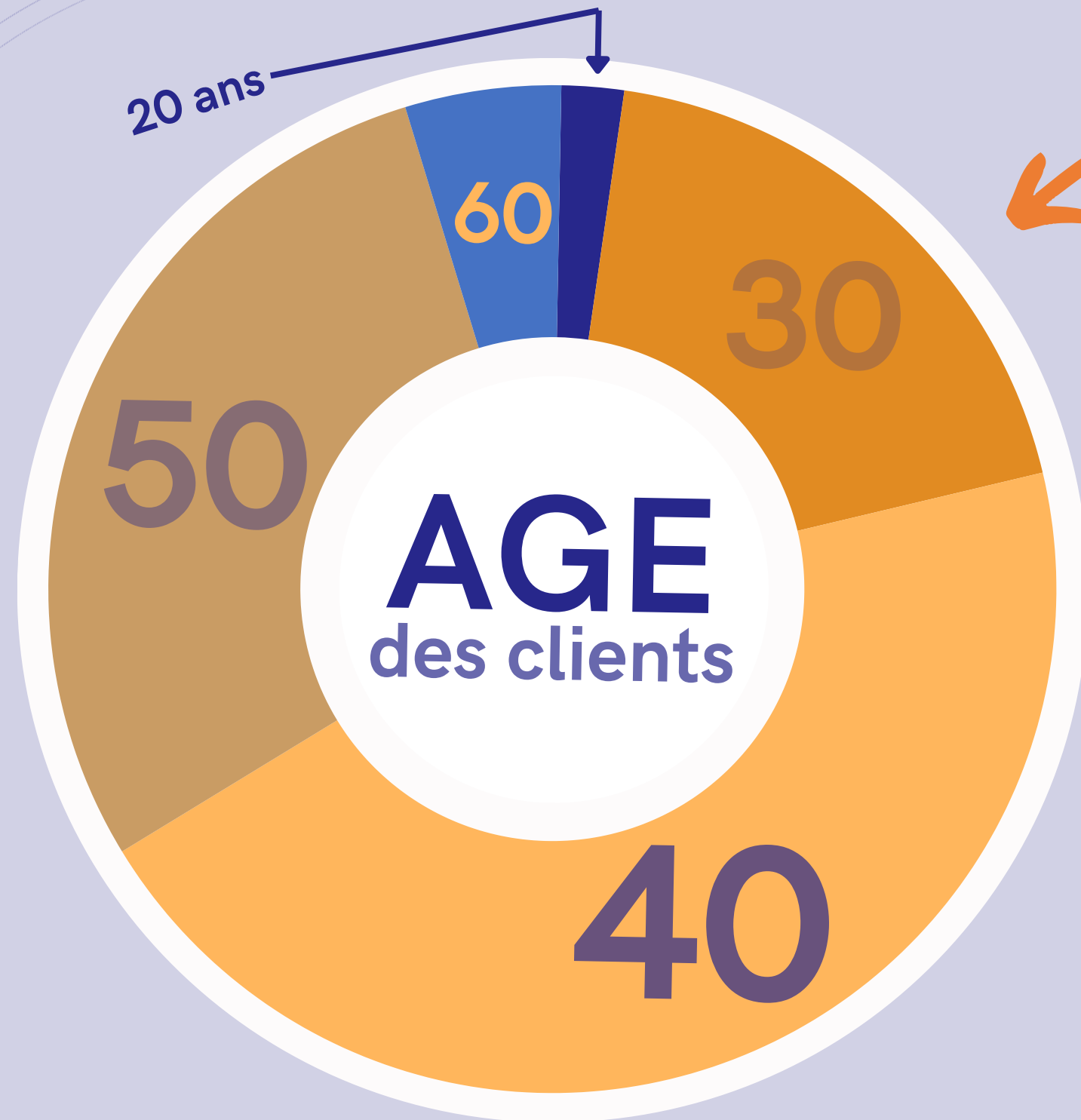
Une analyse minutieuse de **leur profil** et de **leurs comportements** nous permettra d'empêcher une nouvelle vague de départs.

QUI PART?

QUI RESTE?



QUI SONT LES CLIENTS DE PRIMERO BANK?



93%

des clients
sont actifs

La clientèle principale est constituée de personnes en pleine activité, **entre 30 et 50 ans.**



et un client sur 2
a fait des **études supérieures**

Mais plus précisément,

EN QUOI LES CLIENTS PERDUS

SE **DIFFÉRENCIENT-ILS** DES AUTRES CLIENTS?



MARIAGE



REVENUS



SERVICES
& PRODUITS



PERSONNES
À CHARGE

MARIAGE

Le pourcentage de mariage des clients perdus est **supérieur de 14%**



clients
actuels
mariés:
43 %

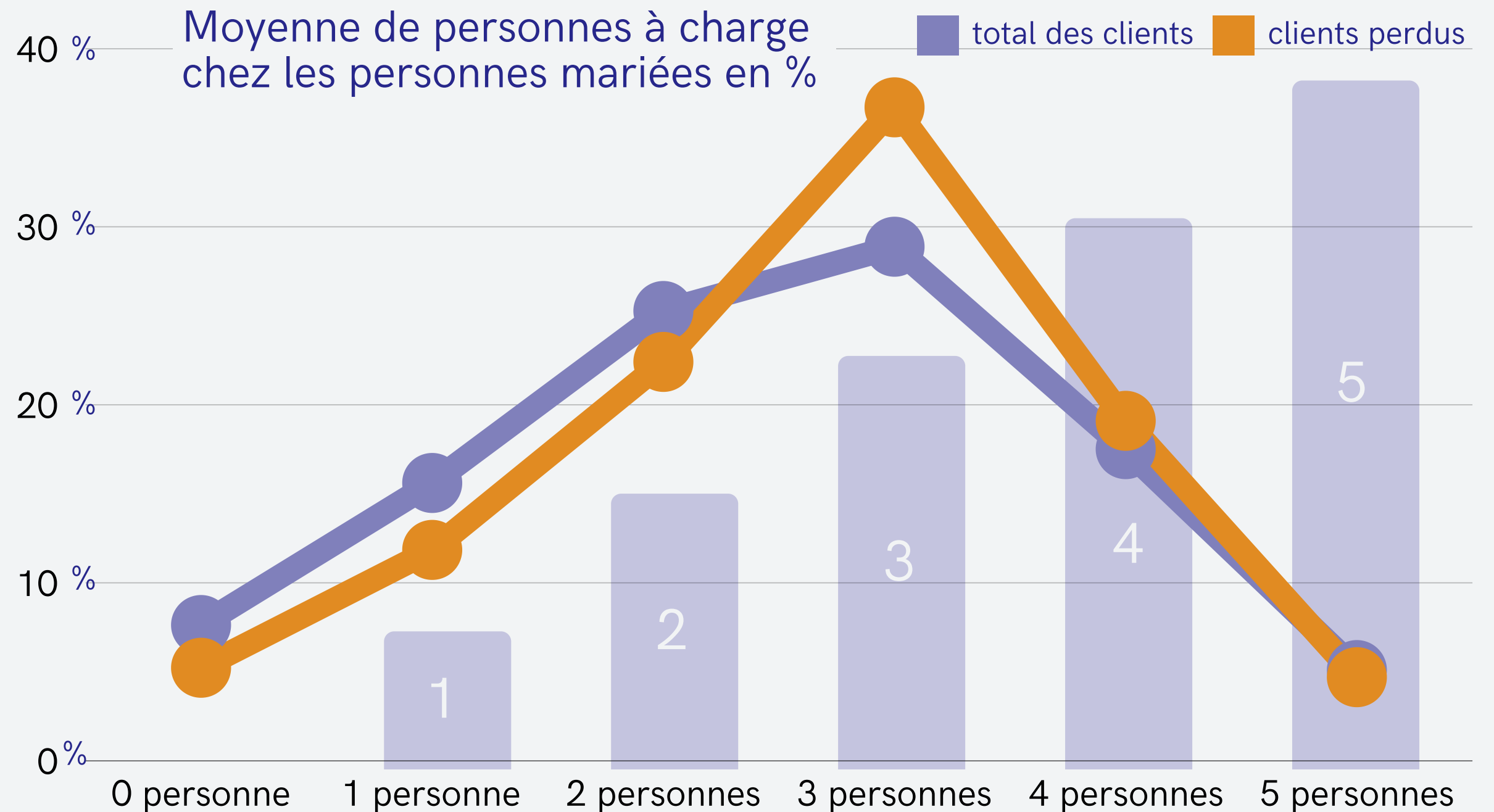
clients
perdus
mariés:
57%

client actuel

client perdu

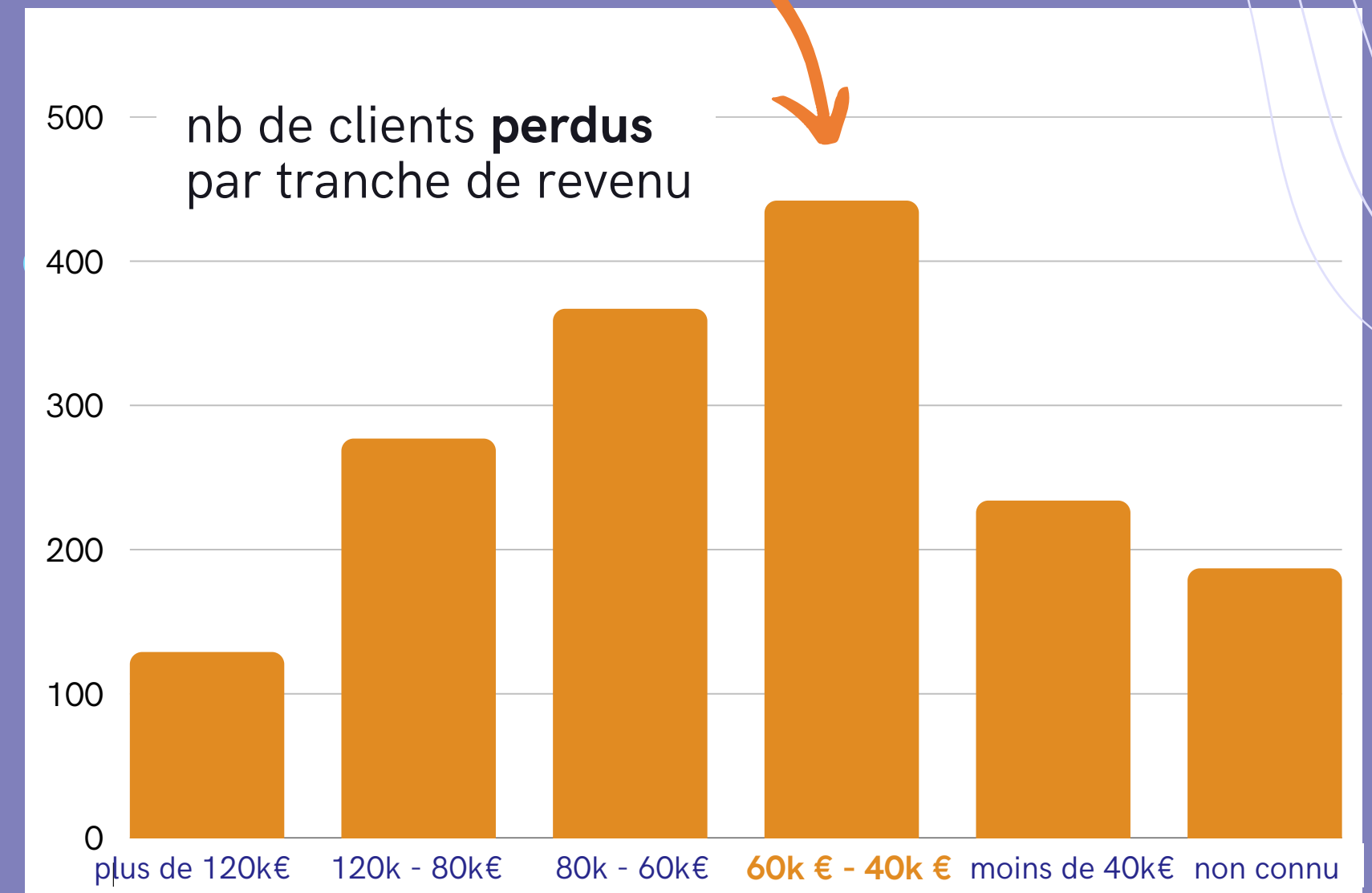
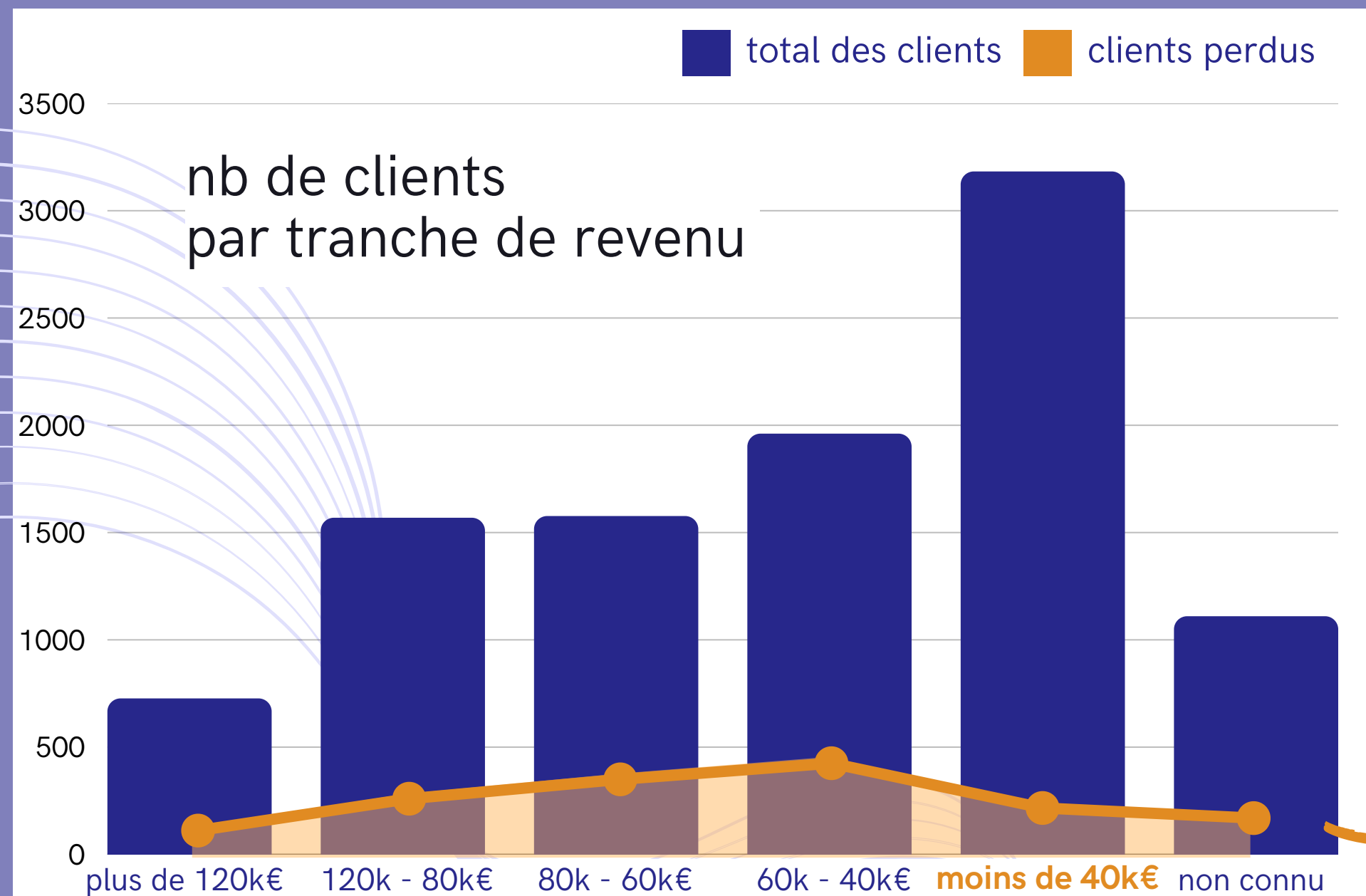
NB DE PERSONNES À CHARGE

En moyenne, si on analyse uniquement les **personnes mariées**,
il y a **1 personne à charge supplémentaire** pour les clients qui sont partis.



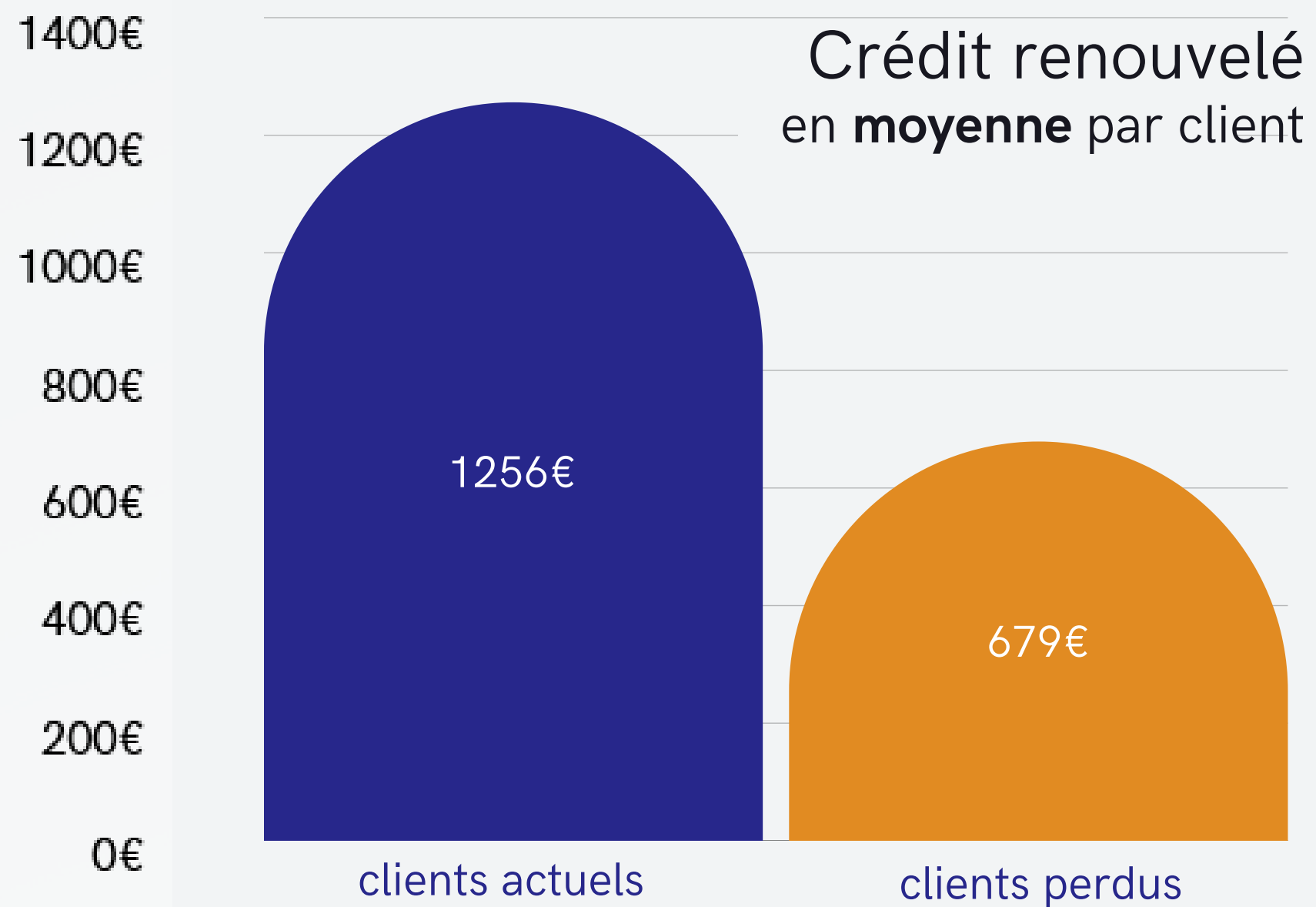
LES CLIENTS PERDUS ONT DES REVENUS PLUS ÉLEVÉS

QUE LES AUTRES CLIENTS.



Même si 31 % de la clientèle totale avait des revenus inférieurs à 40 000 €, presque 50% de la clientèle qui est partie avait des revenus situés entre 40 000 € et 80 000 €.

...ILS POURRAIENT INVESTIR, MAIS ILS NE LE FONT PAS.



Les clients qui **ne renouvellent pas leur crédit**, finissent par quitter la banque.



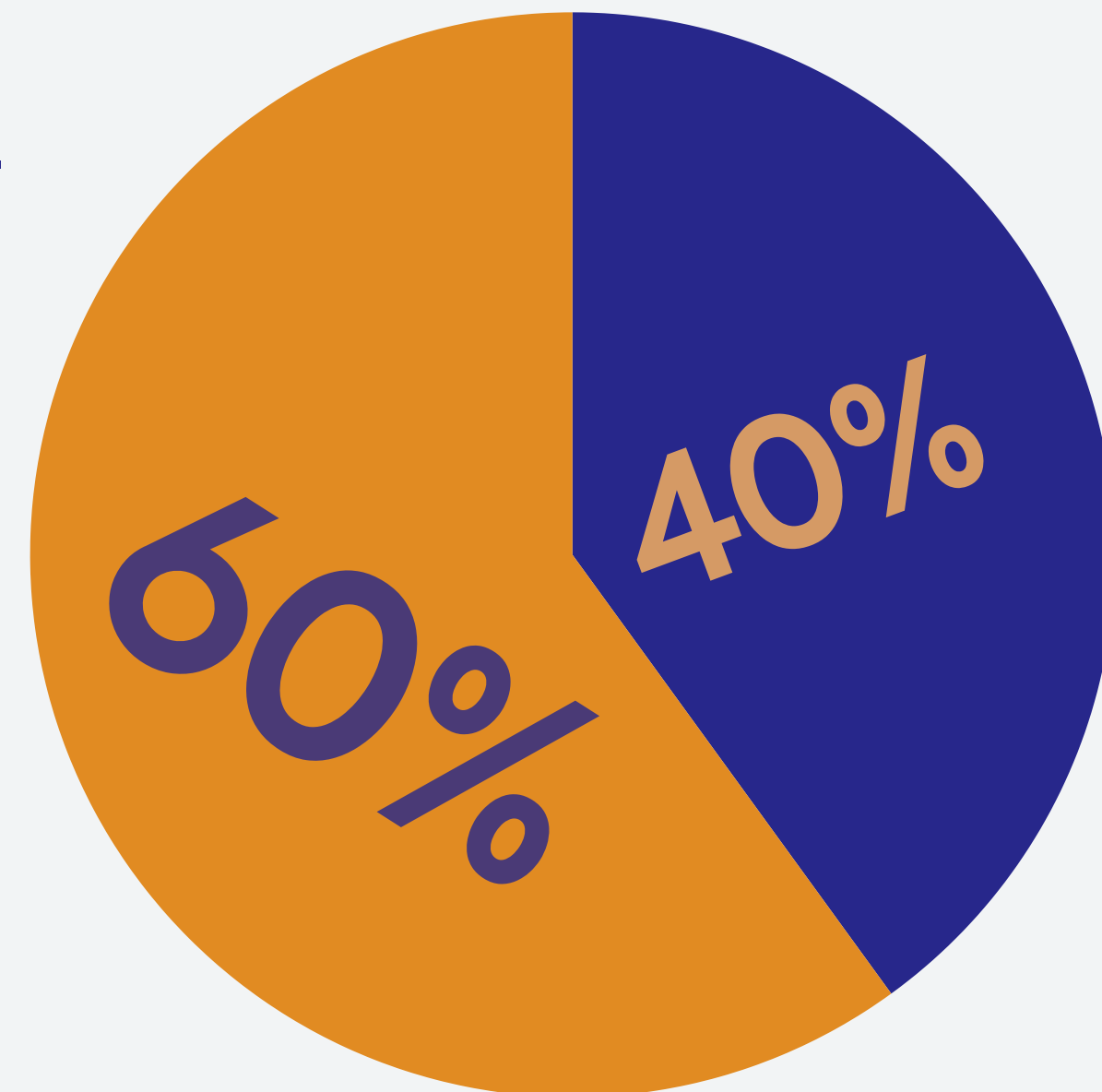
ILS RESTENT AUSSI INACTIFS PLUS LONGTEMPS.

En moyenne, les clients qui sont partis
restent inactifs 1 mois de plus que les autres client.

Mais ils cherchent du **support**
auprès du **service client**.



Interaction moyenne avec le service clients

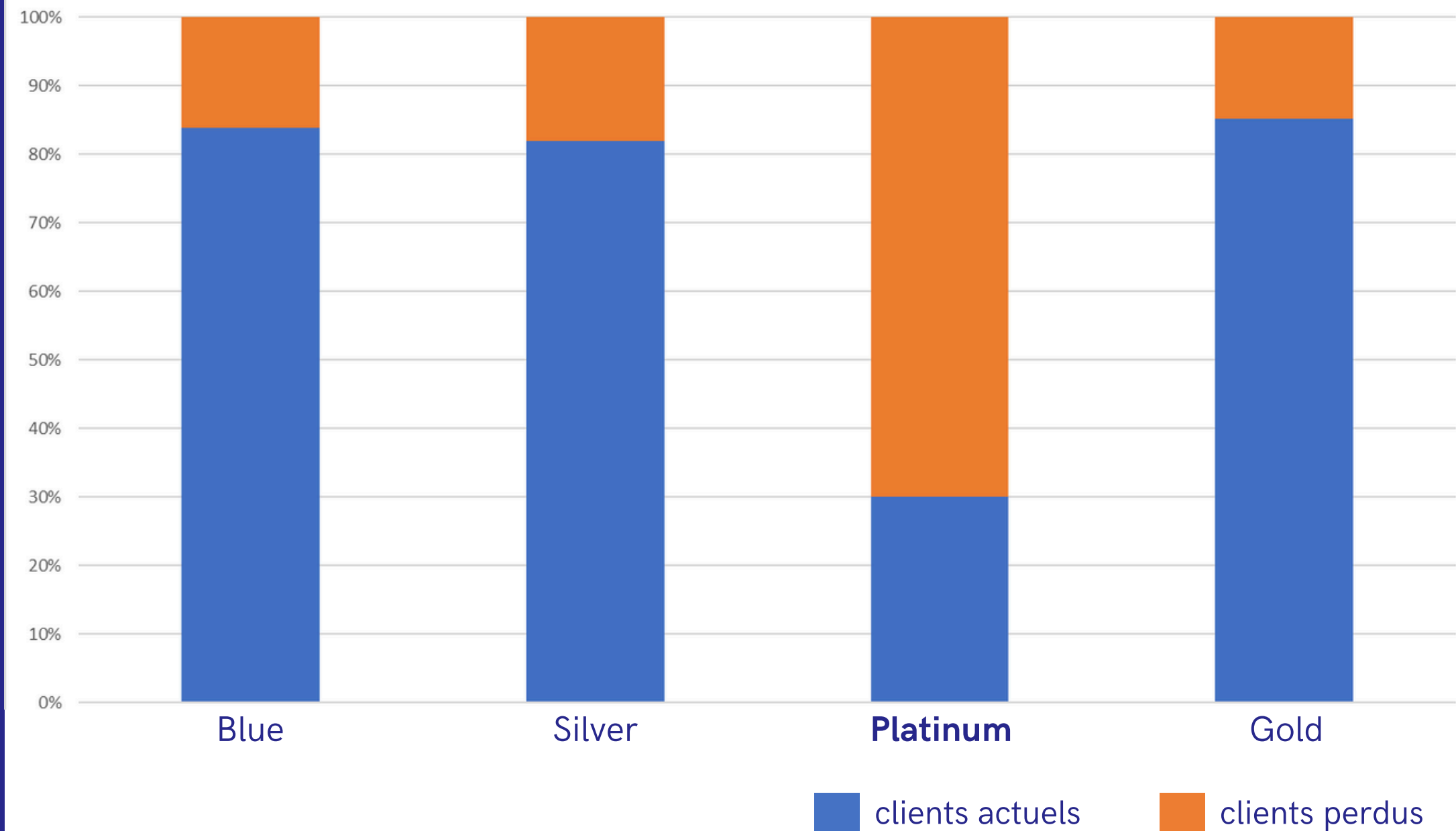


clients perdus
clients actuels

Il semble y avoir un souci avec

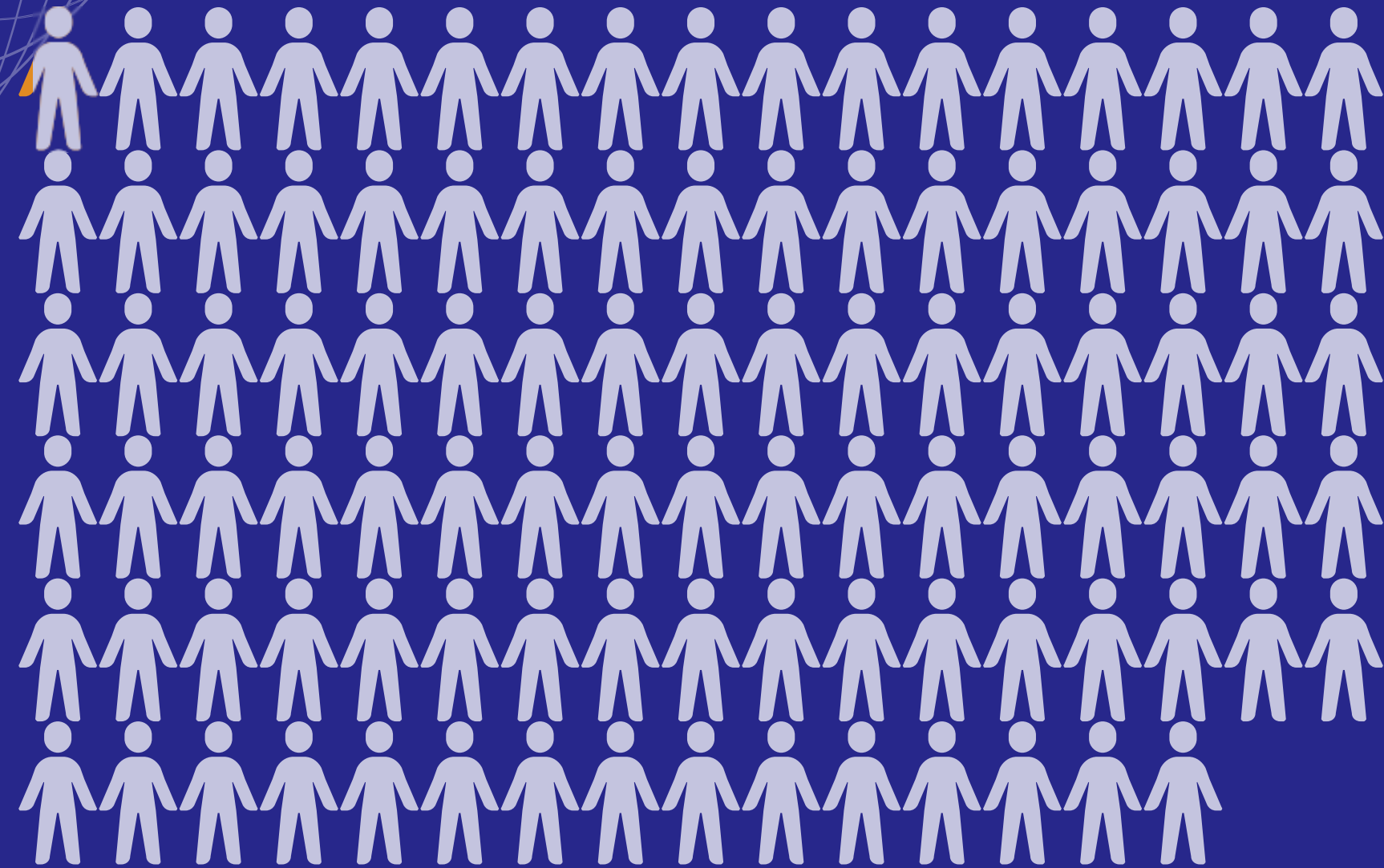
LA CARTE PLATINUM

Type de **carte bleue** et leurs utilisateurs en %



...mais pourtant il n'y a qu' 0,1%

DES CLIENTS QUI L'UTILISENT



0,1%

...et 1% de clients perdus

CLIENTS À RISQUE

Les AUTRES clients qui pourraient partir

1. Les clients **qui ne renouvellent pas** leur crédit **1803**
2. Les clients **mariés** **1552** (dont **969** avec 3 personnes à charge)
3. Les clients avec un revenu situé entre **40k et 80k €** **1337**
4. Les clients **peu actifs** **1203**
5. Les clients qui interagissent davantage avec le **service client** **1093**
6. Les clients possesseurs d'une **carte *Platinum*** **4**

NOS PROPOSITIONS

pour inverser la tendance des clients qui partent

ESN DATA

Développer des **offres adaptées aux familles**, notamment pour les couples avec enfants.



Renforcer le suivi des clients inactifs pour réengager leur intérêt et améliorer en règle générale le service client



Ne jamais oublier que les clients qui sont partis auraient pu être des **potentiels investisseurs**.

Revoir les services liés à **la nouvelle carte Platinum**.



CHAQUE CLIENT QUI PART EST UNE **OPPORTUNITÉ** DE S'AMÉLIORER.

Maintenant vous avez des outils concrets pour mieux répondre aux besoins des clients.

Avec ces actions, vous pouvez non seulement retenir vos clients, mais aussi renforcer leur fidélité.

MERCI POUR VOTRE ATTENTION
Je suis à disposition pour toute question.