

LA SEGMENTATION RELATIONNELLE PARTICULIERS

SEGMENTATION ACTIVATION V2								
Enfant (E)	Jeune Distancié (JD) / Jeune Bancarisé Principal (JBP)			Distancié (D) / Bancarisé Principal (BP)				
0-16 ANS	16-18 ANS	18-25 ANS	+ 25 ANS					
Pas de segmentation relationnelle								
SEGMENTATION RELATIONNELLE PARTICULIERS								
Libellé court poste de travail	PrBP	PrGP	PrHDG	Pot_Es	Pot	Essnl	GdPub	ClFrag
Nom du segment	Premium Banque Privée	Premium Gestion Privée	Premium Haut de Gamme	Essentiel à Potentiel	A Potentiel	Essentiel	Grand Public	Clientèle Fragile
Définition	Flux confiés 300 k€ OU Surface Financière 1 M€	Flux confiés 200 k€ OU Surface Financière 200 k€	Flux confiés 75 k€ OU Surface Financière 75 k€	Flux confiés 30 k€ OU Surface Financière 30 k€ A potentiel futur ou externe	 A potentiel futur ou externe	Flux confiés 30 K€ OU Surface Financière 30 K€ Sans potentiel	Clients ne respectant pas les critères précédents Sans potentiel	Détenteurs OCF / SBB surendettés ciblés OCF au sens de la loi (interdits bancaires et incidents de paiements)

➤ RÈGLES DE GESTION PARTICULIERS

- La segmentation relationnelle se base sur des personnes physiques. Sont exclus de la segmentation relationnelle les mineurs, les décédés et les inactifs. Tous les clients ne sont donc pas segmentés. La partie privée du PRO est incluse.
- La Segmentation relationnelle se lit au niveau du foyer, et non au niveau client. Elle donne un « potentiel » à un foyer.

Lien entre segmentation Activation V2 et segmentation relationnelle:

- Un foyer est dit BP si au moins 1 personne du foyer est BP.
- Un foyer est dit équipé si au moins une personne du foyer est équipée.

- La notion de valeur** est construite sur des critères factuels et sur toute la clientèle : SF et/ou flux confiés, au niveau du foyer. Elle constitue le cœur de la segmentation.
- La notion de potentiel** représente :
 - ✓ soit des avoirs financiers externes à aller capter à la concurrence,
 - ✓ soit une rentabilité à développer.

Règles particulières :

- Si, dans une relation, un jeune entre 18-25 ans est JBP et gagne plus de 1000 euros de revenus nets/mois, il a sa propre segmentation relationnelle (il ne dépend plus de celle de ses parents).
- Si les enfants de plus de 25 ans sont toujours rattachés à leurs parents (dans le même foyer) ils ont leur propre segmentation relationnelle.

LA SEGMENTATION RELATIONNELLE PROFESSIONNELS

Segmentation relationnelle Professionnels		SEGMENT DE CLIENTÈLE			
		PLR	LARGE PRO	MEDIUM PRO	SMALL PRO
		Clientèle Professions Libérales Réglementées exerçant sous l'un des 14 codes NAF ci-dessous et sans distinction de CA/recettes	Clientèle professionnelle hors PLR et SCI réalisant un chiffre d'affaires HT supérieur à 750 k€ ou 900 k€ de flux confiés	Clientèle professionnelle hors PLR et SCI réalisant un chiffre d'affaires HT compris entre 100 et 750 k€ ou [120-900 k€] de flux confiés	Clientèle professionnelle hors PLR et SCI réalisant un chiffre d'affaires HT inférieur à 100 k€ ou 120 k€ de flux confiés
SEGMENT POTENTIEL	FORTEMENT CAPTÉ ***	PLR*** - Plus fort niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : CPA en double relation et le mieux équipé de son segment	LRG*** - Plus fort niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : client Actif Équipé en double relation et a priori multibancarisé	MED*** - Plus fort niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : Actif Équipé en double relation	SML*** - Plus fort niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : CPA en double relation et le mieux équipé de son segment
	PARTIELLEMENT CAPTÉ **	PLR** - Niveau de flux et de PNB moyens au sein de son segment Profil type : CPA en double relation faiblement équipé	LRG** - Niveau de flux et de PNB moyens au sein de son segment Profil type : CPA en double relation, moyennement équipé et à priori multibancarisé	MED** - Niveau de flux et de PNB moyens au sein de son segment Profil type : CPA en double relation et moyennement équipé	SML** - Niveau moyen de flux et de PNB de son segment Profil type : client peu actif non équipé et en double relation
	NON CAPTÉ OU FAIBLE ***	PLR* - Plus faible niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : client majoritairement inactif et non équipé	LRG* - Plus faible niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : client multibancarisé inactif non équipé	MED* - Plus faible niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : client majoritairement inactif et non équipé	SML* - Plus faible niveau de flux et de PNB de son segment Profil type : client majoritairement inactif et non équipé
	NOUVELLE ENTRÉE EN RELATION	Client avec moins de 13 mois glissants d'ancienneté (segment potentiel non calculé).			
	CLIENT RISQUÉ	Client risqué avec note Bâle II CX, DX ou RX			
	AUTRES				

➤ RÈGLES DE GESTION PROFESSIONNELS

- Le périmètre de la segmentation relationnelle est basé sur le FDC PRO hors SCI (EI et PM avec un top CCE). Tous les clients PRO sont segmentés.
- La segmentation relationnelle PRO est la combinaison d'un segment clientèle avec un segment potentiel :
 - les segments de clientèle Large, Medium et Small PRO sont définis selon leur tranche de chiffre d'affaires et celui des PLR selon leur code NAF. À noter que les clients NER et risqués sont isolés.
 - le segment potentiel est défini selon un algorithme qui mixe 2 critères de valeur (flux créditeurs et PNB PRO) avec 4 top qualitatifs (actif, équipé, DR, SCI).