



CreditVision

Analysez et prévoyez le comportement des clients en matière de crédit avec une précision accrue

CreditVision™ de TransUnion® est une nouvelle gamme de solutions qui peuvent vous aider à prendre les décisions de prêt plus précises fondées sur la capacité accrue de cerner des comportements de consommation précis. Plutôt que de regarder un seul instantané à un moment figé dans le temps, CreditVision intègre jusqu'à 24 mois d'historique de compte – ainsi que les montants des paiements réels – pour offrir des renseignements sur le comportement des clients.

Obtenez une vision plus profonde et plus large du comportement des clients grâce aux algorithmes de qualité CreditVision de TransUnion

Que votre institution soit en train d'améliorer ses stratégies d'existantes ou d'élaborer de toutes nouvelles politiques, CreditVision peut vous aider à comprendre les indicateurs de risque ainsi que l'orientation de comportements de consommation précis. Cela peut vous aider à définir la stabilité du crédit d'un client, les offres de produits ainsi que la segmentation des risques. Une analyse intensive de milliers d'attributs dans les données sur les pistes d'audit historiques de TransUnion a fait ressortir plus de 300 algorithmes très prévisibles qui ont été segmentés en ensembles afin de s'harmoniser avec les stratégies des prêteurs.

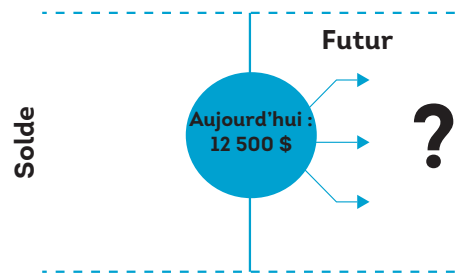
Les données de tendances permettent d'améliorer l'exactitude de la prévision du comportement futur

L'accès à des dimensions supplémentaires du comportement des clients soutient l'amélioration des prises de décision de prêt.

DONNÉES TRADITIONNELLES DES AGENCES DE CRÉDIT

Avec des renseignements sur le crédit standards, voyez le solde du client au moment où la fiche de crédit est commandée.

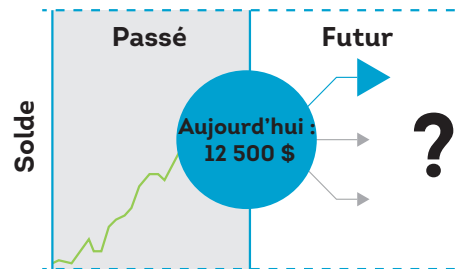
- Quel sera le solde dans les mois à venir?
- Quelle incidence cela aura-t-il sur une décision de crédit?



CREDIVISION DE TRANSUNION®

Obtenez une vision beaucoup plus granulaire du comportement des clients.

- Maintenant, quel sera le solde dans les mois à venir?
- La décision aurait-elle été la même?



Les données traditionnelles des agences de crédit reposent sur des attributs provenant d'un moment figé dans le temps. CreditVision permet de mieux comprendre les tendances historiques pour améliorer les prévisions de comportements futurs.

DÉPENSES FUTURES EN FONCTION DU SOLDE ACTUEL

		TOTAL DES DÉPENSES SUR LA CARTE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS				
		Dépenses les moins élevées		Dépenses les plus élevées		
SOLDE TOTAL DE LA CARTE À UN MOMENT PRÉCIS	Solde le moins élevé	13,4%	8,4%	1,5%	0,6%	0,1%
		4,7%	8,2%	4,4%	2,6%	1,1%
	0,5%	3,9%	6,2%	5,9%	3,6%	
	0,6%	2,8%	4,2%	5,5%	7,0%	
	Solde le plus élevé	0,8%	1,9%	3,7%	5,5%	8,2%

DÉPENSES FUTURES EN FONCTION DES DÉPENSES

		TOTAL DES DÉPENSES SUR LA CARTE DANS LES 12 PROCHAINS MOIS				
		Dépenses les moins élevées		Dépenses les plus élevées		
SOLDE TOTAL DE LA CARTE À UN MOMENT PRÉCIS	Solde le moins élevé	15,8%	2,8%	0,8%	0,4%	0,1%
		2,0%	10,5%	4,9%	1,5%	0,3%
	0,8%	4,8%	8,5%	4,9%	1,0%	
	0,3%	1,5%	4,8%	8,9%	4,4%	
	Solde le plus élevé	0,1%	0,4%	1,1%	4,3%	14,2%

AUGMENTATION DE 42 %

Si les habitudes de dépenses des consommateurs sont relativement constantes, une façon plus efficace de prédire les dépenses futures est d'étudier le passé; une perspective que n'offrent pas les données sur le crédit statiques traditionnelles.

Comprenez les principaux modèles de comportement des clients comme le crédit renouvelable, l'accumulation de solde et la fidélisation pour améliorer les stratégies.

Client qui reporte un solde

Améliorez la segmentation en attribuant des stratégies de traitement plus efficaces. Les cartes bancaires ainsi que les transactions de détail sont définies comme étant payées, reportées ou inactives pour les 24 mois précédents. Les algorithmes de report sont construits en combinant les limites de crédit historiques ainsi que les soldes de compte et les paiements au moment de la transaction et regroupés au niveau des clients.

CAPTUREZ LES CLIENTS QUI AUGMENTENT LES BÉNÉFICES

- Harmonisez davantage vos offres de produits avec le comportement des clients
- Augmentez les taux de réponse en ciblant les comportements clients qui reportent un solde/clients qui règlent la totalité de leur solde avec l'offre de produits appropriée

IDENTIFIEZ LES CLIENTS QUI PEUVENT REPRÉSENTER UN RISQUE PLUS IMPORTANT

- Améliorez l'évaluation des liquidités et de la capacité de payer des clients
- Segmentez le risque du client en fonction de son utilisation historique du crédit renouvelable

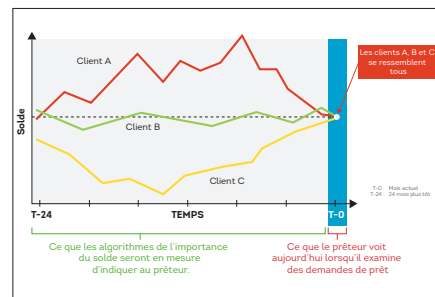
Paiement

Ayez une meilleure compréhension de la capacité et de la probabilité de paiement des clients en évaluant leur comportement en matière de paiement au fil du temps. Les algorithmes de paiement identifient les comportements de crédit en fonction des paiements tels que le paiement réel par rapport au paiement minimal, la fréquence ainsi que le montant des paiements anticipés.

- Capturez les comportements de client qui augmentent les bénéfices ou représentent un risque
- Identifiez les clients qui sont le plus susceptibles de payer

Évaluez de façon plus efficace le risque de crédit futur en capturant l'orientation du changement dans les soldes des clients par rapport à l'orientation ainsi qu'à la récurrence des changements dans les soldes au cours des 24 derniers mois.

- Identifiez l'orientation et la récurrence des changements dans l'endettement total des clients
- Déterminez si le client rembourse ou augmente son solde tot



ALGORITHME DE L'IMPORTANCE DU SOLDE

AMÉLIOREZ VOS STRATÉGIES À TRAVERS LE CYCLE DE VIE DU CLIENT

Marketing, y compris :

- Ciblez de façon plus précise les clients qui consolideraient potentiellement leur prêt en comprenant les comportements des clients qui règlent la totalité de leur solde tous les mois et ceux qui reportent un solde, ainsi que les changements dans les soldes au fil du temps
- Comprenez l'accumulation de solde des clients à l'extérieur du portefeuille ainsi que l'incidence que cela a sur vos comptes clients

Part du portefeuille

Comprenez mieux comment les clients accumulent et déplacent des soldes dans d'autres cartes bancaires et cartes de clientèle au fil du temps. Les algorithmes de la part du portefeuille capturent les activités relatives aux opérations par carte bancaire indiquant des changements importants dans l'équilibre d'un mois sur l'autre – par exemple, un changement du solde maximal ou un nombre de changements dans les soldes supérieur à 25 %.











- Détecter les changements de préférence de carte, un indice de la façon dont les consommateurs réagissent aux offres
- Évaluez l'élasticité des produits (par exemple, le prix ainsi que les offres promotionnelles)

ALGORITHME DE LA PART DU PORTEFEUILLE

Vous permet de comprendre comment les consommateurs accumulent et déplacent des soldes dans d'autres cartes bancaires et cartes de clientèle au fil du temps.

MOIS 1 : Au cours d'un mois donné, le solde total de la carte du client est réparti entre les cartes sur la fiche de crédit

MOIS 2 : Le mois suivant, les soldes de carte du même client peuvent être très différents

	MOIS 1 SOLDE	PART DU PORTEFEUILLE		MONTH 1 BALANCE	SHARE OF WALLET	CHANGES IN WALLET SHARE
 Carte A	1 000 \$	10 %	 Carte A	1 000 \$	10 %	0 pts
 Carte B	400 \$	4 %	 Carte B	500 \$	5 %	+1 pt
 Carte C	3 000 \$	30 %	 Carte C	3 000 \$	30 %	0 pts
 Carte D	100 \$	1 %	 Carte D	4 500 \$	45 %	+44 pts
 Carte E	6 500 \$	65 %	 Carte E	1 000 \$	10 %	-55 pts
TOTAL DU SOLDE DE LA CARTE	10 000 \$		TOTAL DU SOLDE DE LA CARTE	10 000 \$		

DEUX CHANGEMENTS
SUR LE PLAN
DE LA PART DE
PORTEFEUILLE
>25%

Dépenses

Déterminez les dépenses des clients afin d'obtenir de précieux renseignements sur leurs comportements et de modifier vos stratégies en matière de marketing et de risque. Les algorithmes de dépenses analysent les habitudes de dépenses des clients comme les dépenses de portefeuille regroupées, les modèles de dépenses saisonnières ainsi que les tendances d'année en année en matière de dépenses.

- Identifiez et ciblez les clients qui dépensent beaucoup et ceux dont les dépenses augmentent
- Gérez l'exposition aux clients qui reportent un solde qui représentent un plus grand risque tout en améliorant l'utilisation de ceux qui dépensent beaucoup

Général

Segmentez et définissez davantage les comportements en fonction d'objectifs d'affaires uniques. Ces algorithmes suivent les clients et regroupent les comportements au fil du temps.

Gestion du risque, y compris:

- Quantifiez et gérez le risque associé aux clients qui règlent la totalité de leur solde tous les mois et ceux qui reportent un solde
- Prévoyez le risque de manière plus efficace en consultant jusqu'à 24 mois de l'historique de crédit des clients

Recouvrements, y compris:

- Priorisez les comptes en recouvrement en utilisant les paiements réels des clients

EN SAVOIR PLUS

Pour en apprendre davantage au sujet de la Surveillance dynamique et de la façon de gérer votre portefeuille de façon plus rentable, nous vous invitons à communiquer avec votre représentant de TransUnion.

www.transunion.ca/business
855-488-4636, Option 4

3115, chemin Harvester,
bureau 201
Burlington, ON L7N 3N8