TD1

Introduction à Power BI/Tableau

AKOTI

OTCHO STEVEN

Table des matières

[1. Grille de lecture 2](#_Toc161060632)

[2. Dashboard 3](#_Toc161060633)

[3. Analyse 4](#_Toc161060634)

# Grille de lecture

|  |  |
| --- | --- |
| Nom de la donnée | Définition de la donnée |
| Segment | Entité qui réalise la vente |
| Country | Le pays de l’entité |
| Product | Le nom du produit vendu |
| Discount Band | La caractéristique de la réduction |
| Units Sold | Le nombre d’unités vendues |
| Manufacturing Price | Le prix de fabrication |
| Sale Price | Le prix unitaire |
| Gross Sales | Les ventes brutes (Sale Price \* Units Sold) |
| Discounts | Réduction sur les ventes brutes |
| Sales | Prix de vente après réduction |
| COGS | Coût des produits vendus |
| Profit | Le profit réalisé (Sales – COGS) |
| Date | La date complète |
| Month Number | Le numéro du mois |
| Month Name | Le nom du mois |
| Year | L’année |

# Dashboard

Une image contenant texte, capture d’écran, diagramme, Police

Description générée automatiquement

# Analyse

// Faire une analyse globale du dashboard

Le dashboard nous montre que globalement, les profits réalisés sont proportionnels aux ventes pour les différents produits et pour les différentes entités qui les vendent.

// Quels sont les faits observés ?

* Au niveau des profits réalisés par rapport aux ventes des produits, on constate le même ordre au niveau des ventes comme des profits. Mais il y a une différence au niveau du vélo et de l’amarilla où la vente de vélo est supérieure à celle de l’amarilla tandis que l’amarilla rapporte plus de profit que le vélo.
* En ce qui concerne les profits réalisés par rapport aux ventes dans les différentes entités, on constate que Government et Small Business vendent le plus et font le plus de profit. En revanche Enterprise qui suit juste après en termes de ventes, ne fait aucun profit contrairement à Midmarket et Channel Partners qui vendent très peu mais qui font proportionnellement assez de profit.

// Quelles sont les bonnes stratégies à prendre ?

* Pour les produits, il faut privilégier la vente de l’amarilla par rapport à celle du vélo.
* Au niveau des entités, il faut réduire considérablement voire annuler les ventes pour Enterprise et augmenter celles de Midmarket et Channel Partners.

// Faire un résumé synthétique de chaque graphique / représentation

* Pour ***Somme de Sales par Product,*** Paseo est largement le produit le plus vendu, puis suivent VTT, Vélo, Amarilla, Montana et Carretera.
* Pour ***Somme de Profit par Product,*** Paseo rapporte le plus de profit devant VTT, Amarilla, Velo, Montana et Carretera.
* Le graphique ***Somme de Sales par Segment*** distingue Government et Small Business comme les entités vendant largement le plus, puis vient Enterprise qui vend moitié moins et enfin Midmarket et Channel Partners bien en dessous.
* Pour ***Somme de Profit par Segment,*** Governement fait largement le plus de profit, puis on a Small Business ; Channel Partners et Midmarkets sont en retrait et Enterprise n’en fait aucun.