
RAPPORT D'ANALYSE DES VENTES

DE L'ENTREPRISE XYZ

Période : Janvier - Décembre 2019



Préparé par : Niamien Konan Abed
Junior Data Analyst | 10.000 Codeurs

Entreprise XYZ
24 octobre 2024

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---------------------------------------|--------|
| 1. Introduction..... | Page 3 |
| 2. Analyse des ventes mensuelles..... | Page 3 |
| 3. Ventes par ville..... | Page 4 |
| 4. Campagnes publicitaires..... | Page 5 |
| 5. Produits les plus vendus..... | Page 6 |
| 6. Combinaisons de produits..... | Page 7 |
| 7. Conclusion..... | Page 7 |

1- Introduction

Ce rapport présente une analyse complète des ventes réalisées par l'entreprise XYZ pour l'année 2019. L'objectif est d'identifier les tendances mensuelles, les performances par région et les produits les plus vendus afin d'optimiser les stratégies futures de l'entreprise.

2- Analyse des ventes mensuelles

L'analyse des ventes mensuelles révèle que le mois de décembre a enregistré le chiffre d'affaires le plus élevé, avec un total de plus de 4 millions de dollars USD. D'autres mois, comme octobre et avril, ont également montré de bonnes performances, tandis que les mois d'été ont enregistré des ventes plus faibles. Ces tendances sont illustrées dans le graphique à barres ci-dessous.

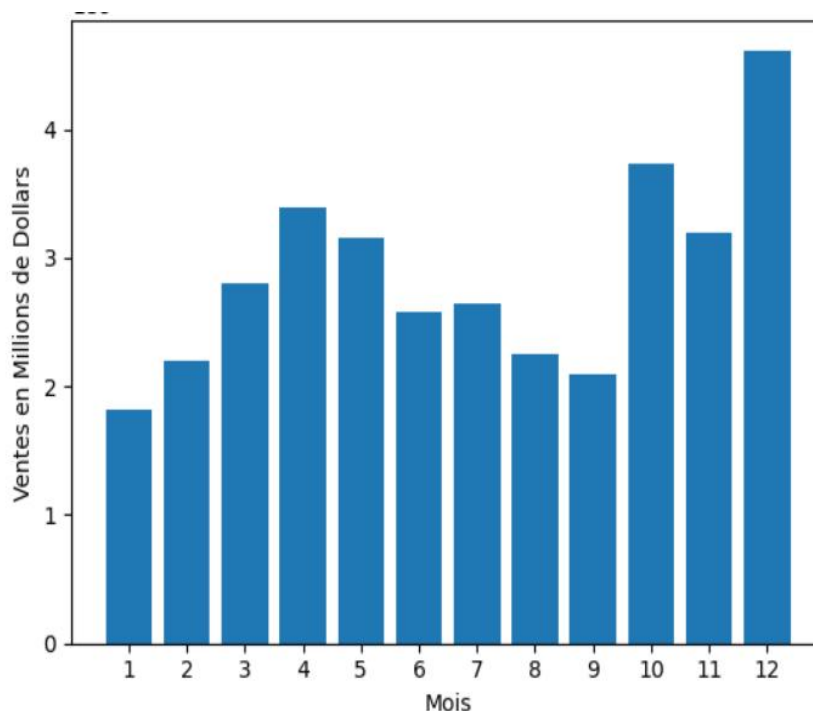


Figure 1 : Ventes mensuelles de l'entreprise XYZ pour l'année 2019.

La Figure 1 montre que le mois de décembre est le plus performant en termes de ventes, probablement en raison des fêtes de fin d'année. Il est donc recommandé de concentrer les efforts marketing durant cette période afin de maximiser les résultats.

3- Ventes par villes

Nous avons ci-dessous un graphique illustrant le nombre de commandes réparties.

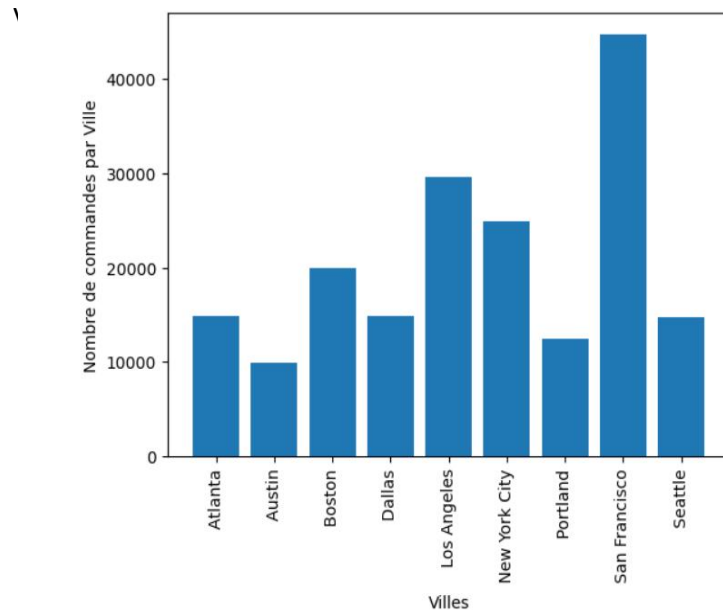


Figure 3 : Répartition du nombre de commandes par ville.

Nous constatons que San Francisco a enregistré le plus grand nombre de commandes, avec plus de 40 000 commandes, suivie de Los Angeles avec 30 000 commandes, et New York avec environ 25 000 commandes.

4- Campagnes publicitaires

Nous avons ci-dessous un graphique illustrant les fluctuations du nombre de commandes, réparties en moyenne par heure de la journée, afin d'identifier les moments les plus appropriés pour mener des campagnes publicitaires.

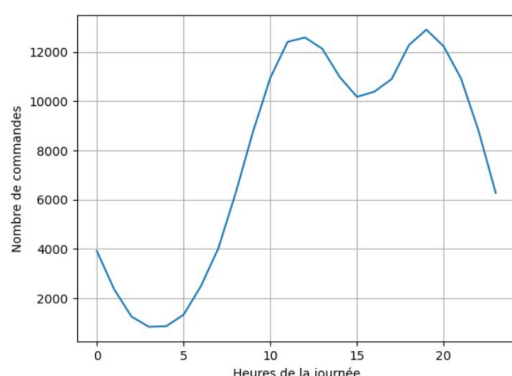


Figure 4 : Graphique temporel présentant la fluctuation du nombre de commandes par heure de la journée

Il serait approprié de mener des campagnes publicitaires entre 11h et 13h, ainsi qu'entre 18h et 20h, car les ventes y sont beaucoup plus importantes. Ces périodes sont idéales pour les campagnes publicitaires, car les gens sont généralement plus disponibles durant ces heures (pause déjeuner et fin de journée)

5- Produits les plus vendus

Ci-dessous se trouve un graphique présentant les produits par catégorie, ainsi que le nombre de commandes effectuées.

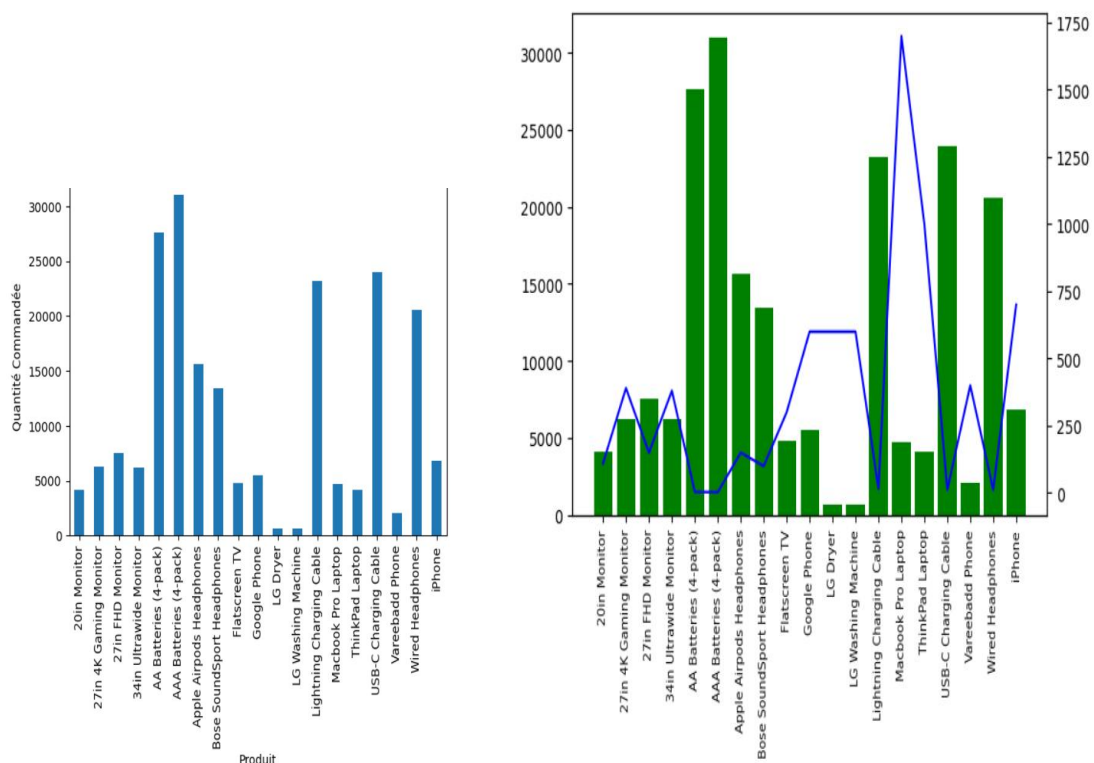


Figure 5.a : Graphique à barres montrant le nombre de commandes par produit.

Figure 5.b : Graphique à barres illustrant la répartition du nombre de commandes par produit, en tenant compte du prix unitaire.

Nous pouvons observer sur ce graphique que les produits les plus vendus sont les batteries, les câbles USB-C et les écouteurs sans fil, probablement en raison de leurs prix plus bas (Figure 5.b).

6- Combinaison de produits

Ci-dessous se trouve un graphique présentant les combinaisons de produits les plus commandées.

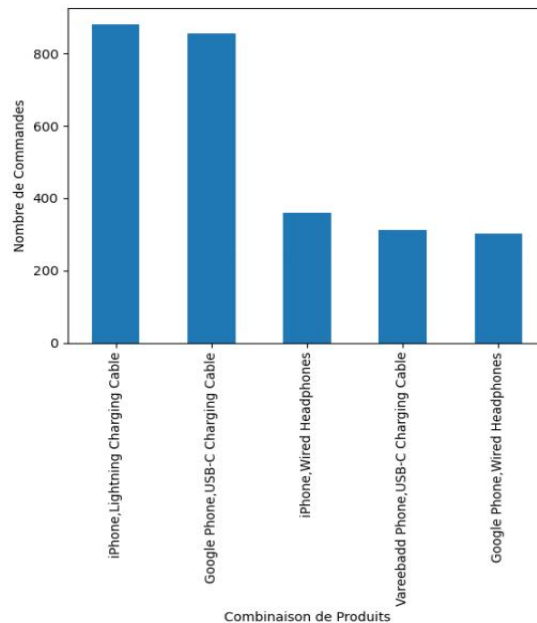


Figure 6 : Graphique à barres illustrant les combinaisons de produits les plus commandées.

Nous pouvons constater, d'après le graphique, que certaines combinaisons de produits, telles que le Google Phone et le câble USB-C, sont souvent achetées ensemble.

7- Conclusion et recommandations

L'analyse des données de ventes de l'année 2019 révèle plusieurs informations clés pour l'entreprise. Tout d'abord, **le mois de décembre** s'est avéré être la période la plus performante en termes de chiffre d'affaires, probablement en raison des achats liés aux fêtes de fin d'année. Il est donc crucial d'anticiper cette période et d'intensifier les efforts marketing et promotionnels pour maximiser les ventes.

En ce qui concerne la **répartition géographique**, les villes de **San Francisco** et **Los Angeles** ont enregistré le plus grand nombre de commandes. Cela suggère que ces deux marchés représentent des cibles importantes, et des campagnes publicitaires spécifiques à ces régions pourraient encore améliorer les ventes.

L'analyse des **heures de commande** montre que les ventes sont les plus importantes durant les périodes de midi, entre 11h et 13h, et en soirée, entre 18h et 20h. Ces plages horaires correspondent à des moments où les consommateurs sont plus

susceptibles de faire des achats en ligne, probablement pendant leur pause déjeuner ou après le travail. Par conséquent, il serait pertinent d'optimiser les campagnes publicitaires durant ces créneaux horaires pour attirer davantage de clients.

Enfin, en ce qui concerne les **produits les plus vendus**, les **batteries** et les **câbles de chargement** se démarquent par leur popularité, ce qui peut être attribué à leurs prix relativement bas et à leur forte demande. Il serait judicieux de maintenir une bonne disponibilité de ces produits en stock et d'explorer des stratégies de vente croisée avec d'autres accessoires complémentaires.

Recommandations

1-Renforcer les campagnes publicitaires en décembre : Étant donné les fortes performances de ce mois, planifiez des promotions spéciales pour maximiser le chiffre d'affaires pendant cette période stratégique.

2-Cibler les villes à forte demande : Consacrez des ressources supplémentaires aux marchés clés comme San Francisco et Los Angeles avec des campagnes marketing locales et des offres promotionnelles.

3-Optimiser les créneaux publicitaires : Concentrez les publicités en ligne et par email pendant les heures de forte affluence, notamment autour de midi et en début de soirée, pour augmenter les conversions.

4-Accentuer les ventes sur les produits populaires : Continuez à promouvoir les produits les plus vendus, comme les batteries et câbles de chargement, et utilisez-les pour attirer les clients avec des offres groupées ou des ventes croisées.

Ces actions permettront à l'entreprise de mieux capitaliser sur ses opportunités de vente et d'améliorer ses performances globales.