

ANALYSE CLIENT

E-COMMERCE

PRÉSENTÉ PAR
C'MAMA



Objectif de notre Travail



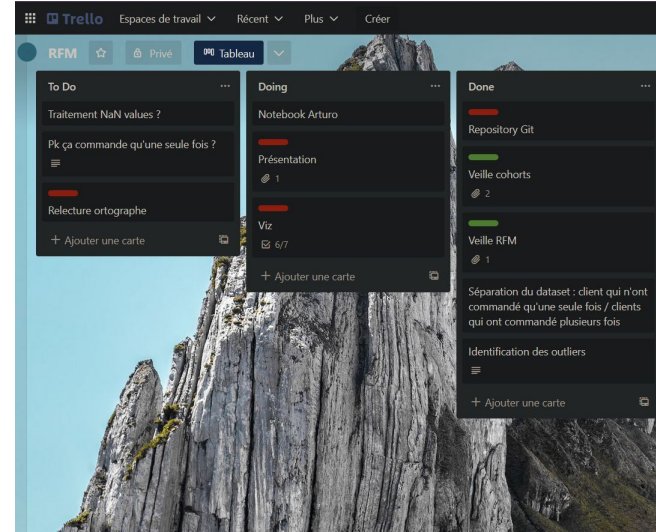
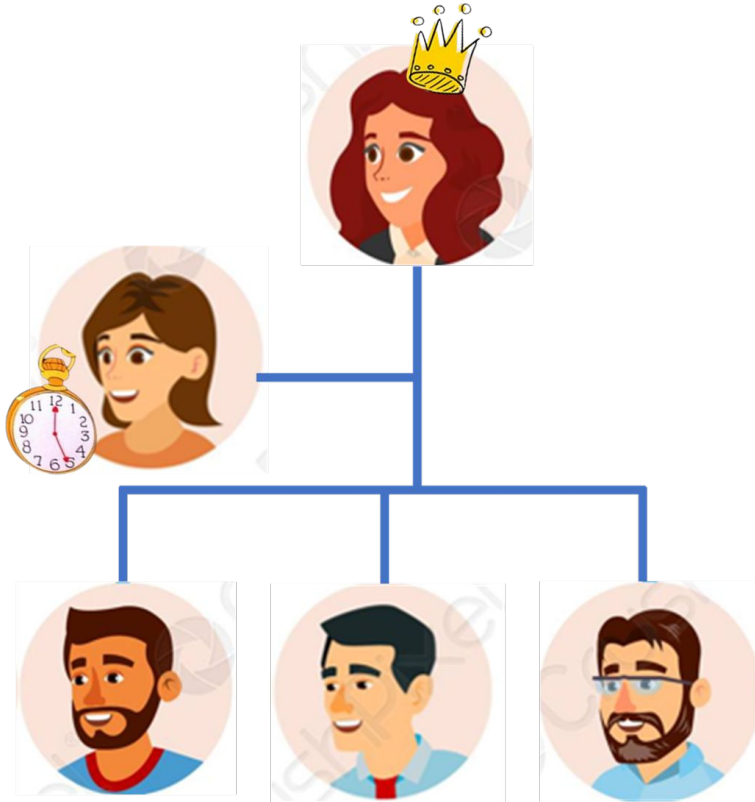
Analyser les données d'un site de vente en ligne
comprendre les comportements de ses clients



Utilisation d'une segmentation RFM



Organisation et Rétro-planning



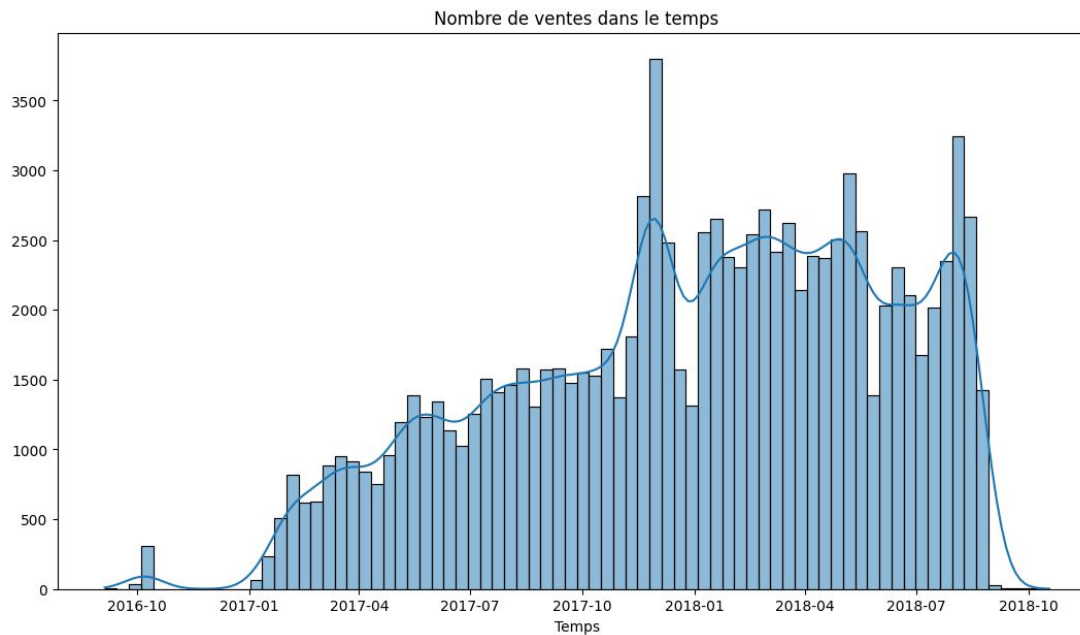
Données utilisées

1. Taille du dataset : 105383 rows × 13 columns

2. Période

Fin 2016

2018

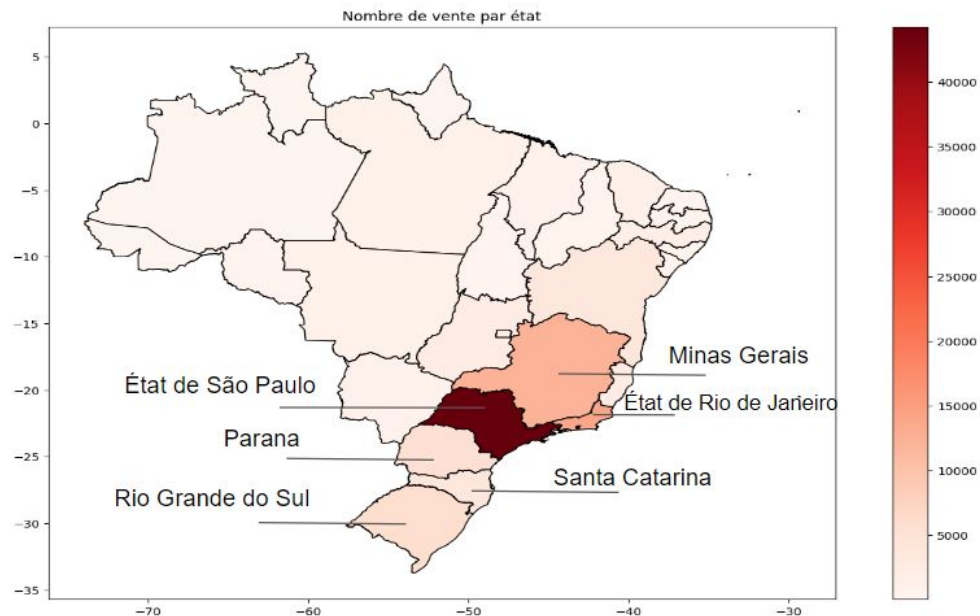


Données utilisées

1. Taille du dataset : 105383 rows × 13 columns

2. Période

3. Localisation: Brésil



Vue générale

Chiffre d'affaire total

16, 293, 876.33

Provenance principale des clients

São Paulo

Temps de livraison moyen

11.72 jours

Niveau de satisfaction moyen

4.05 / 5

Nombre moyen de paiements
différés

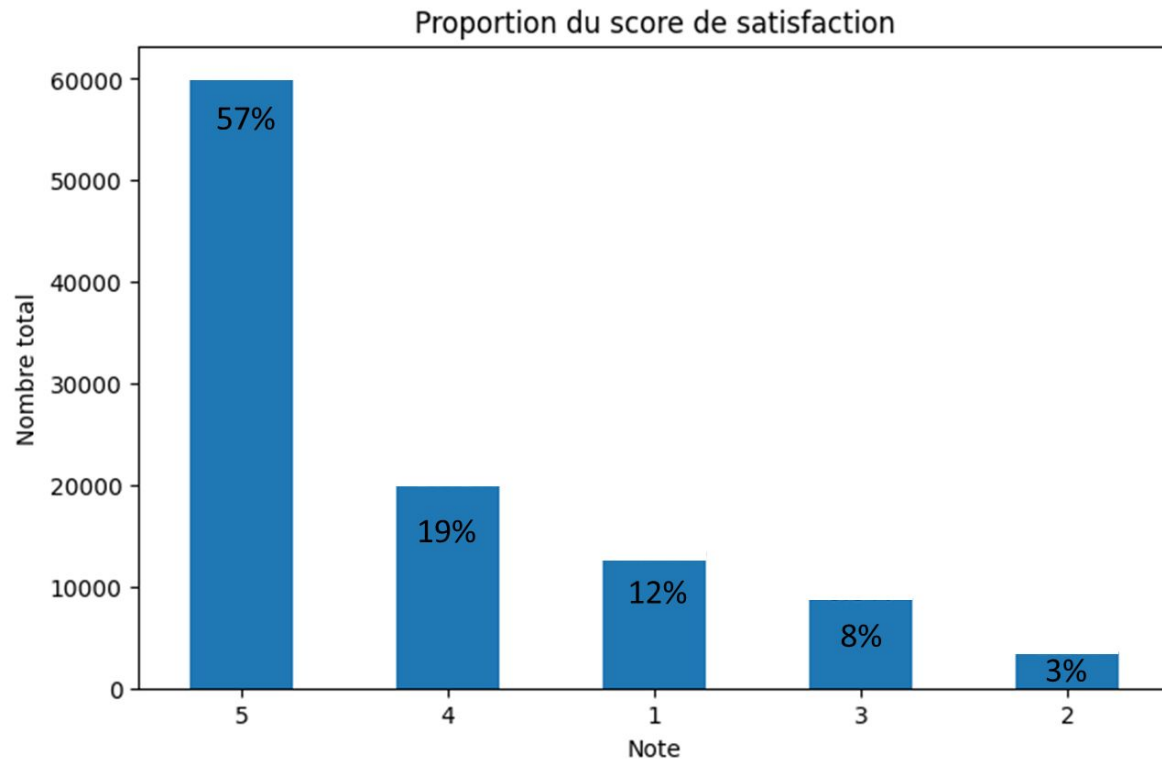
2.8

Mode de paiement le plus
répandu

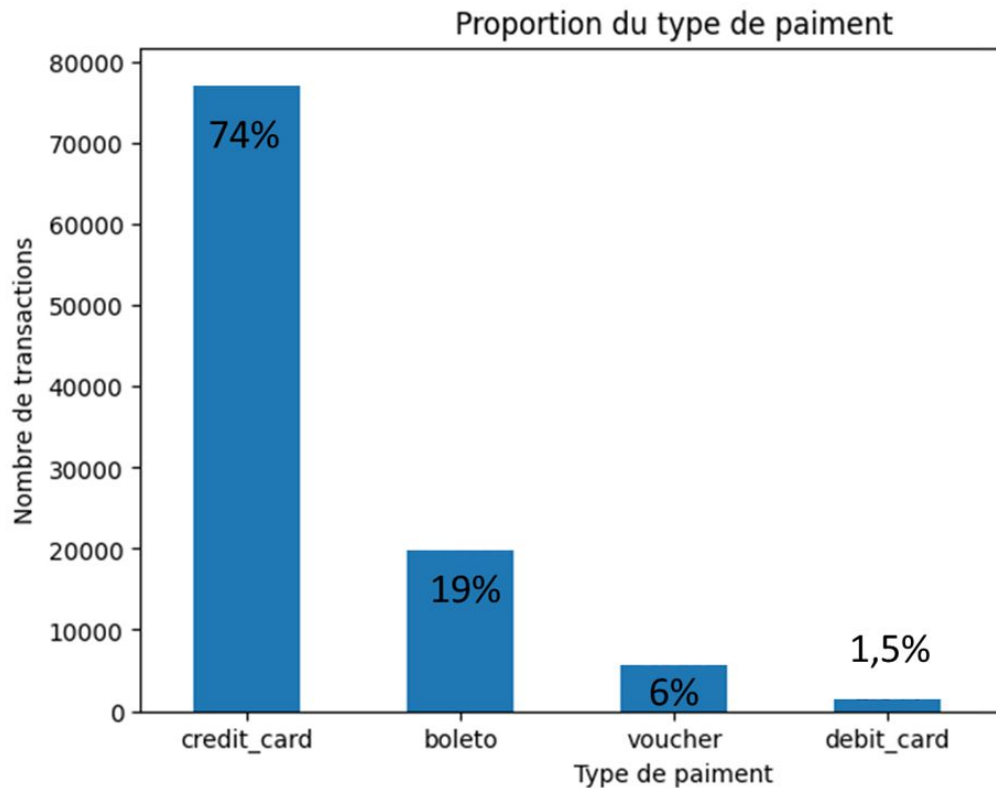
Credit card



Observations: Score de satisfaction

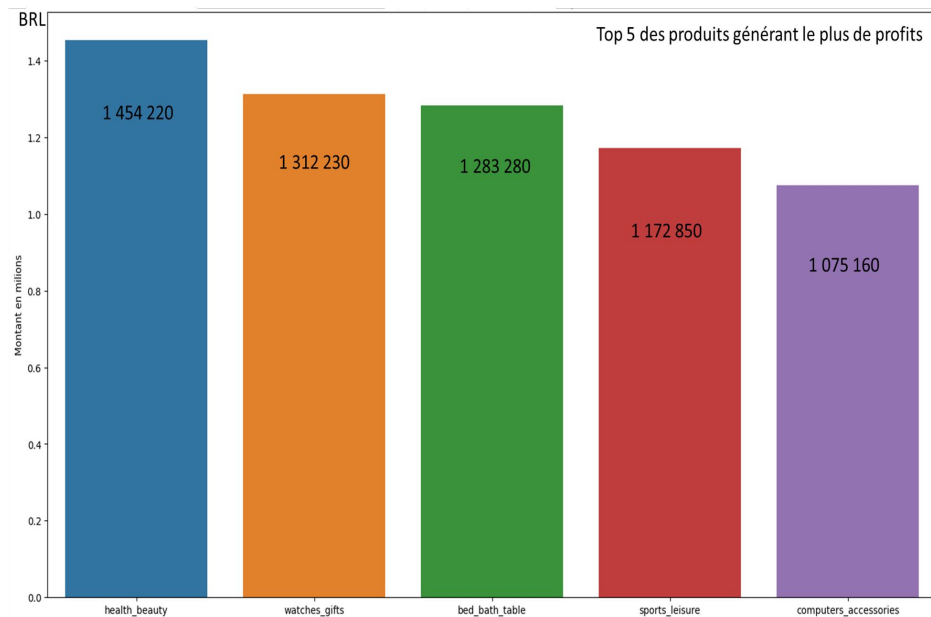
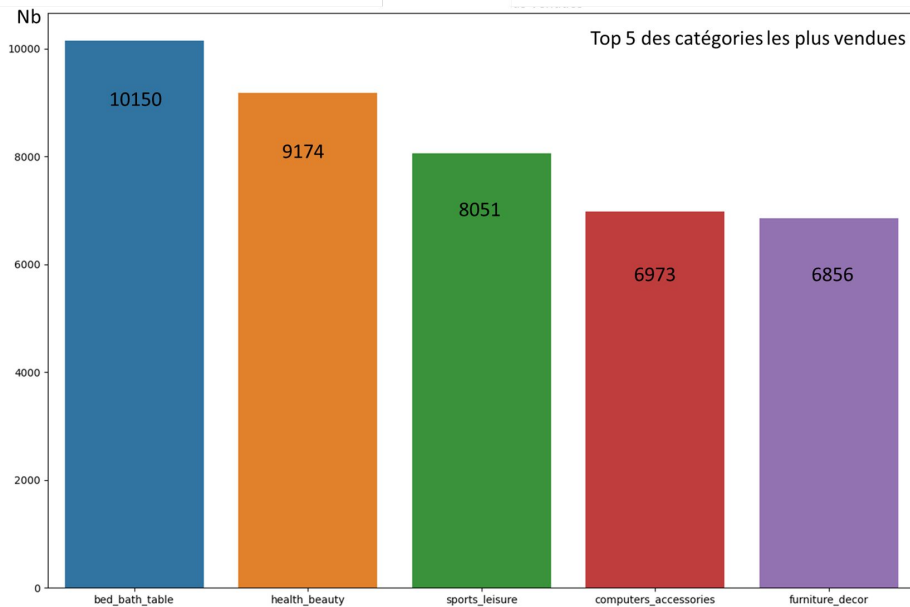


Observations: Mode de paiement

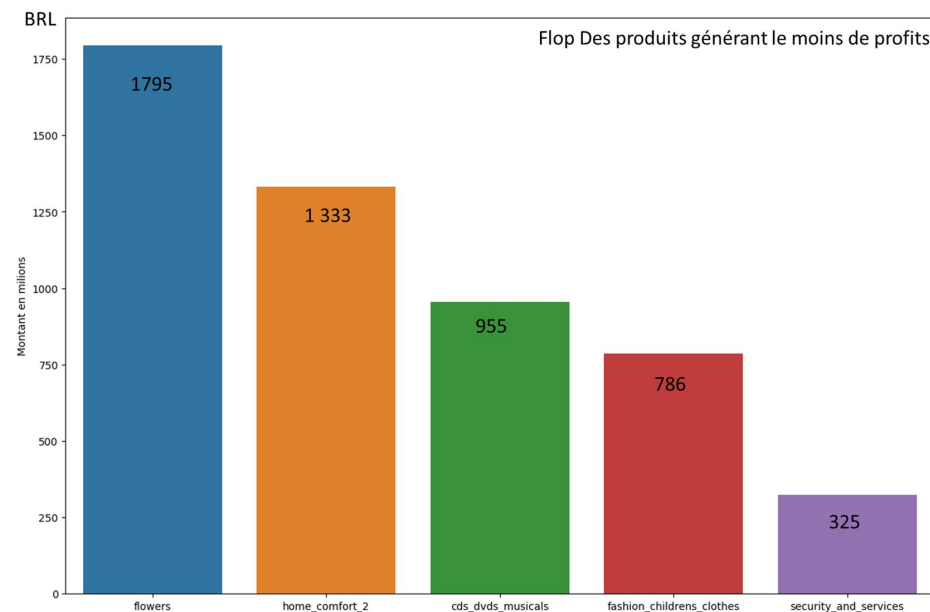
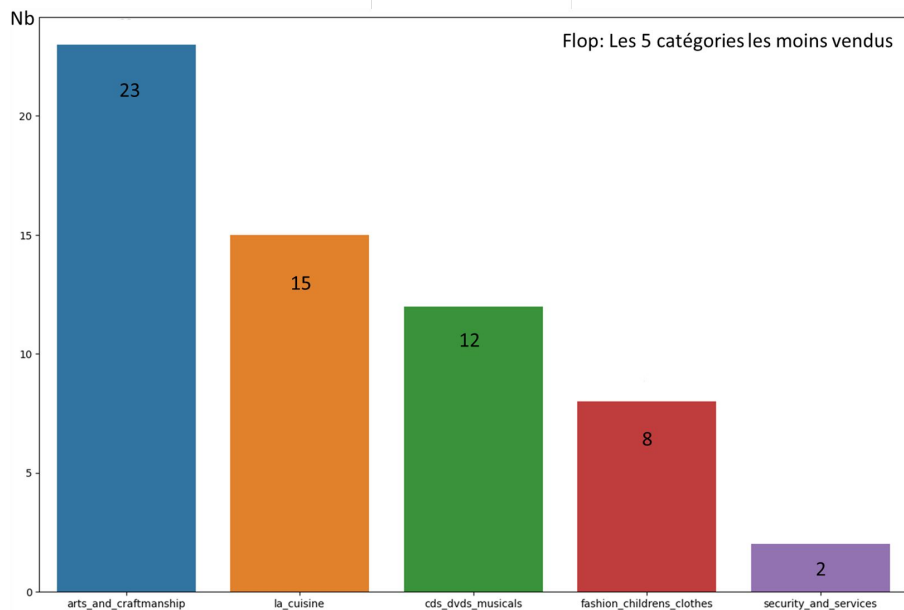




Top 5 des meilleures catégories



Catégories des produits les moins vendues



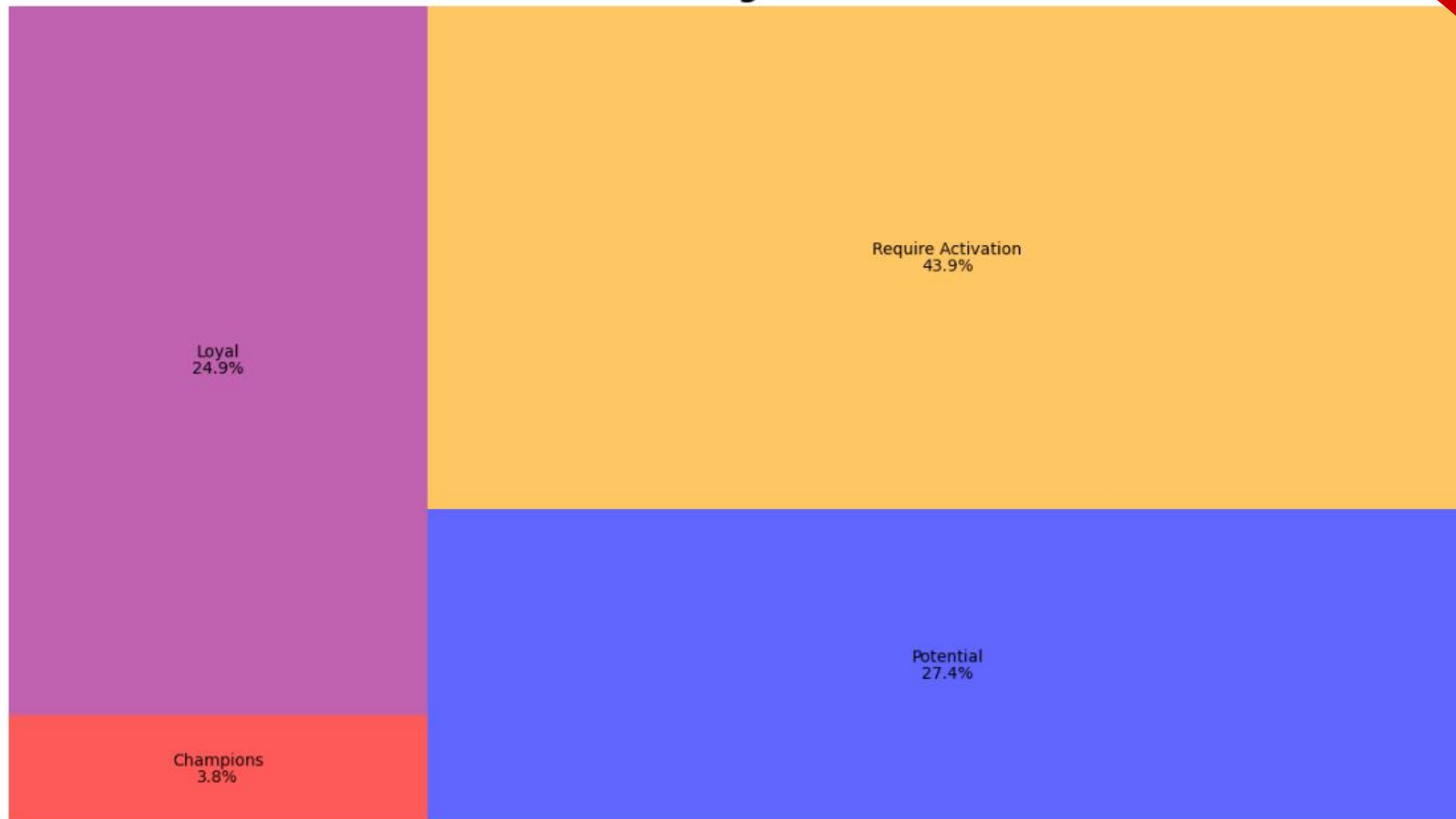
Segmentation clients

RFM Segments



Segmentation clients: “More than two purchases”

RFM Segments





Hypothèses

- **3159 dates de livraisons manquantes**

70% des observations ont un review score de 1
bug système ?
Problèmes de livraisons ?

- **2410 noms de catégories de produits manquantes**

35% des observations ont un review score de 1
Problème de remplissage humain ?

- **97% clients ont commandés qu'une seule fois**

Passer une commande sur le site ne nécessite peut être pas de compte client ?

Perspectives



- Promotion ou mail personnalisé pour fidéliser les clients
- Cibler d'autres états du Brésil (ex: Bahia, Ceará, Rondônia)



**MERCI DE VOTRE
ATTENTION**



Monthly Cohorts: User Retention

