

Rapport d'Analyse : Performance Retail DataLendo

Analyste : Augustin Koffivi AKOFFI-DIAKPEDEDE

Projet : Optimisation Retail DataLendo

Date : Février 2026

1. Résumé Exécutif

L'objectif de cette mission était d'évaluer la santé financière et l'efficacité opérationnelle de **DataLendo**. En analysant **15 000 transactions** et une base de **5 000 clients**, nous avons identifié les leviers de croissance et les points de friction critiques (paiements, stocks).

Indicateurs Clés (KPIs) :

- **Chiffre d'Affaires Net (Paiements réussis) :** 23 152 245 € (sur un brut de 27,2M €).
- **Panier Moyen (AOV) :** 1 815,41 €.
- **Volume de Ventes :** 15 000 transactions traitées.

2. Performance Commerciale et Financière

Grâce au nettoyage des données via SQL, nous avons isolé le revenu réel en filtrant uniquement les transactions avec un statut Success :

- **Revenu Global :** L'entreprise a généré **23,15M €** de revenus effectifs.
- **Analyse Temporelle :** L'évolution mensuelle et quotidienne montre des pics d'activité spécifiques.
 - *Action :* Optimiser les campagnes marketing lors des jours identifiés comme les plus rentables.
- **Efficacité des Paiements :** Le classement des méthodes de paiement par chiffre d'affaires permet de voir quels canaux privilégier pour réduire les abandons de panier.

3. Analyse du Portefeuille Produits

En croisant les tables ventes et produits, nous avons dégagé les segments suivants :

- **Best-Sellers (Volume)** : Identification des 10 produits les plus vendus qui servent de produits d'appel.
- **Top Revenu (Valeur)** : Certains produits contribuent massivement au CA malgré un volume plus faible.
- **Produits en Souffrance** : Identification des 10 produits avec la plus faible rotation.
 - *Recommandation* : Mettre en place des opérations de déstockage ou des ventes groupées (bundles).

4. Insights Business et Stratégies Avancées

A. Segmentation Client (RFM)

Nous avons appliqué une logique **Récence, Fréquence, Montant** pour segmenter les 5 000 clients :

- **Ambassadeurs / VIP** : Clients fidèles avec un panier moyen élevé. Ils constituent le socle de rentabilité.
- **Clients "One-shot"** : Une part importante de clients n'a effectué qu'un seul achat.
 - *Stratégie* : Lancer des campagnes de réactivation ciblées via leur canal d'acquisition d'origine.

B. Santé du Tunnel de Conversion

- **Analyse** : Calcul du taux de succès par méthode de paiement.
- **Alerte** : Toute méthode présentant un taux de succès inférieur à 80% doit être auditée techniquement pour éviter les "pertes de revenus".

C. Gestion Critique des Stocks

- **Analyse** : Croisement entre le stock initial et les quantités vendues.
- **Alerte** : Plusieurs produits ont dépassé un **taux d'écoulement de 70%**.

- *Action* : Réapprovisionnement urgent pour éviter les ruptures de stock sur les produits phares.

D. Rentabilité des Canaux d'Acquisition

- **Insight** : Identification du canal (Publicité, Référencement, Organique) apportant les clients ayant la plus forte **Valeur Vie (LTV)**.
 - *Décision* : Réallouer le budget marketing vers les canaux les plus rentables.

5. Excellence Technique (Workflow SQL)

Pour garantir la fiabilité de ce rapport, les étapes suivantes ont été respectées :

1. **Audit d'Intégrité** : Vérification des clés primaires et absence totale de doublons dans la table des ventes.
2. **Nettoyage Avancé** : Élimination des transactions échouées pour ne pas gonfler artificiellement les chiffres.
3. **Optimisation des requêtes** : Utilisation de **CTEs** (Common Table Expressions) pour les calculs de rétention et de jointures complexes.