



# Rapport d'Analyse Comportementale des Clients

**Titre :** *Analyse Comportementale des Clients pour le Secteur du Commerce*

**Auteur :** Babacar Sidy Diallo

**Date :** 04/02/2025

**Contact :** [babacarsidydialloagallan@gmail.com](mailto:babacarsidydialloagallan@gmail.com)

**GitHub :** <https://github.com/BabacarCode/>

# Introduction

L'analyse comportementale des clients est essentielle pour optimiser les stratégies commerciales, ajuster les campagnes marketing et améliorer la satisfaction client. Ce rapport présente une étude visant à comprendre comment des facteurs tels que le revenu, l'âge et le sexe influencent les scores de dépenses des clients.

## Objectifs :

- Identifier les relations entre le revenu annuel et les scores de dépenses.
- Analyser l'influence de l'âge et du genre sur le comportement d'achat.
- Fournir des recommandations stratégiques exploitables.

# Analyse des Données

## Données Utilisées

- **Source :** Kaggle.com (plateforme permettant d'obtenir des datasets ou bases de données).
- **Variables Clés :** ID client, Genre, Âge, Revenu annuel, Score de dépenses.
- **Outils Utilisés :** Python (Pandas, Matplotlib, Seaborn, Scipy).

**Note :** Le dataset comporte 200 lignes, chaque client étant unique.

## Méthodologie

1. **Préparation des Données :** Nettoyage et prétraitement.
2. **Analyse Exploratoire :** Visualisations et étude des distributions.
3. **Tests Statistiques :** Analyse des relations entre les variables.

# Résultats Clés et Insights Stratégiques

## Résultats Clés

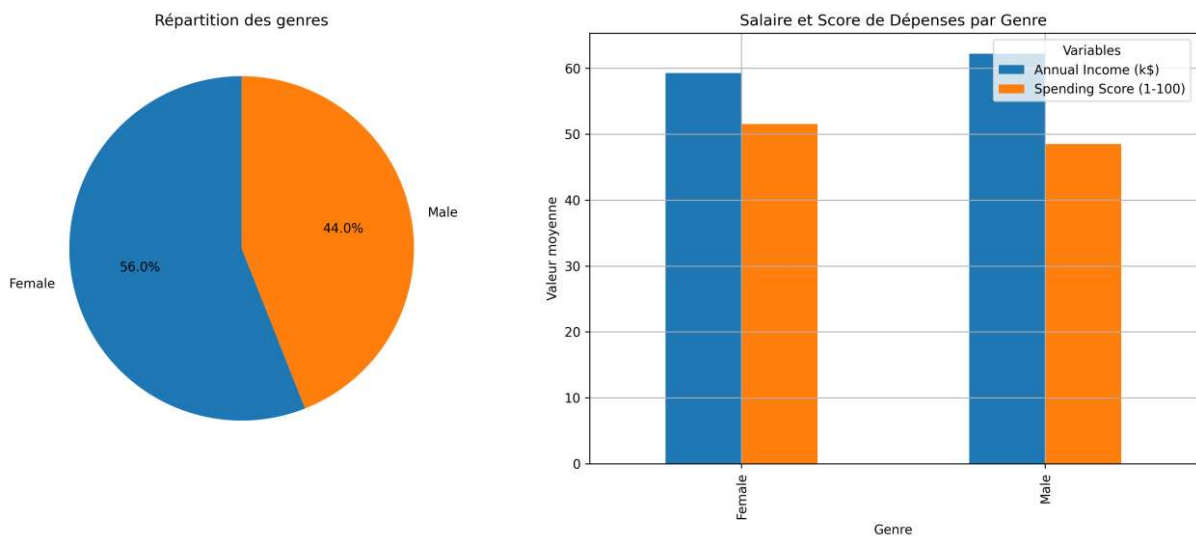
- **Revenu annuel et score de dépense :** Aucune relation significative observée.
- **Influence de l'âge :** Les jeunes (<30 ans) affichent des scores de dépense élevés malgré un revenu moyen.

- **Différences selon le genre :**
  - Les femmes dominent les scores de dépense dans toutes les catégories, sauf chez les seniors.
  - Chez les seniors (41-60 ans), les hommes présentent des scores de dépense plus élevés.

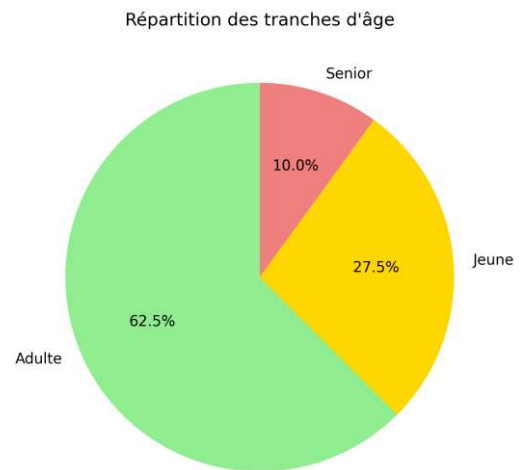
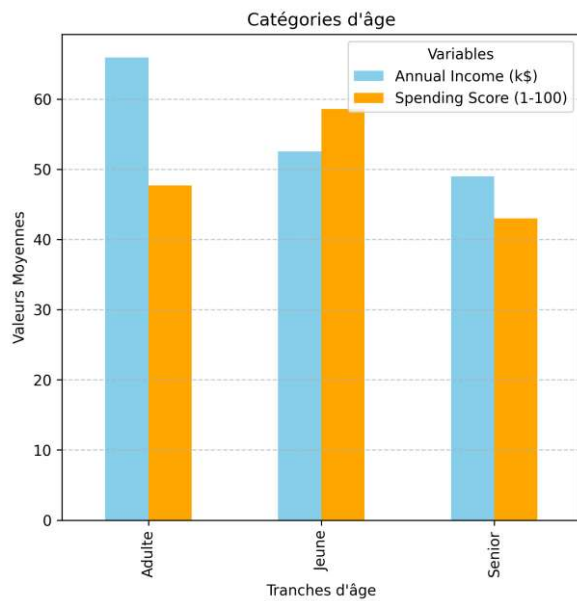
## Insights Stratégiques

- **Indépendance entre revenu et dépenses :** Le revenu annuel n'est pas un indicateur pertinent pour prédire les scores de dépense.
- **Jeunes consommateurs :** Ils représentent une cible importante pour les campagnes marketing.
- **Segmentation par genre :** Adapter les offres en fonction des catégories d'âge et du genre pour une efficacité commerciale accrue.

## Visualisations



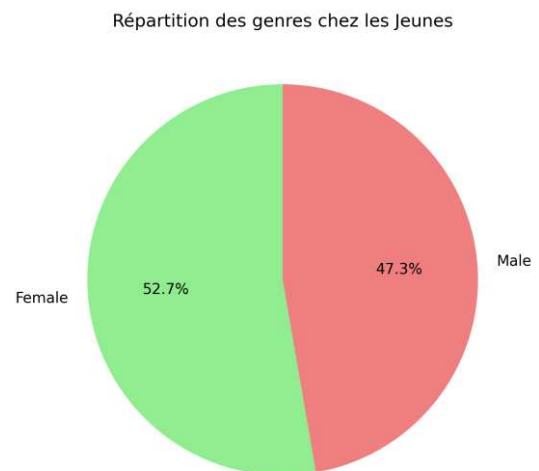
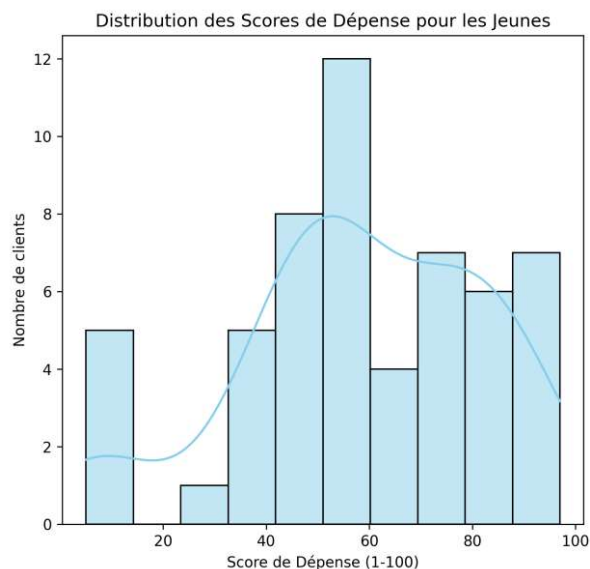
- Le diagramme circulaire montre que sur cet ensemble de clients, 56% sont des femmes et 44% sont des hommes.
- Le diagramme en barres indique que malgré des revenus plus élevés chez les hommes, le score de dépense est dominé par les femmes.



- Les graphiques indiquent aussi la prédominance des adultes (62,5% des clients) avec un revenu annuel élevé mais un score de dépense moyen. Les jeunes ont un score de dépense plus élevé malgré un revenu moyen.

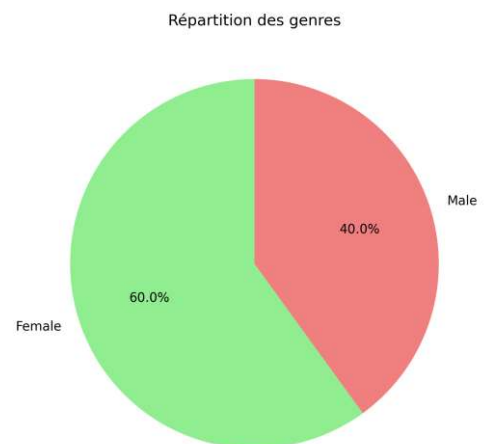
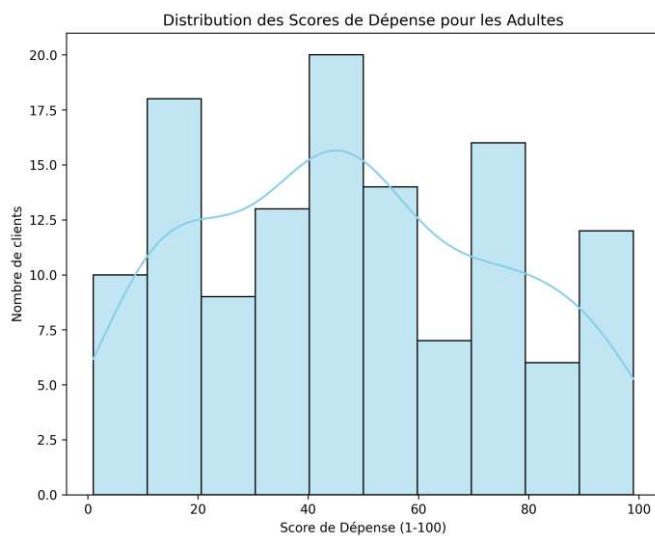
## Visualisation par Catégorie d'Âge

### Jeunes



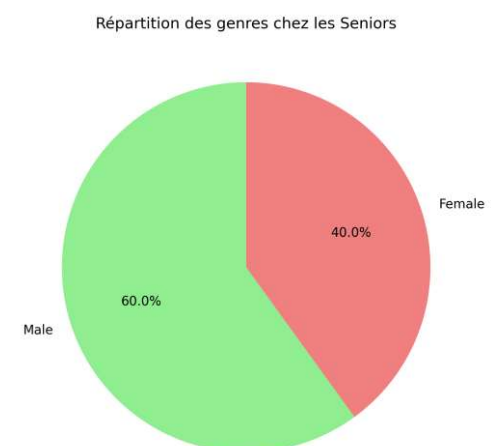
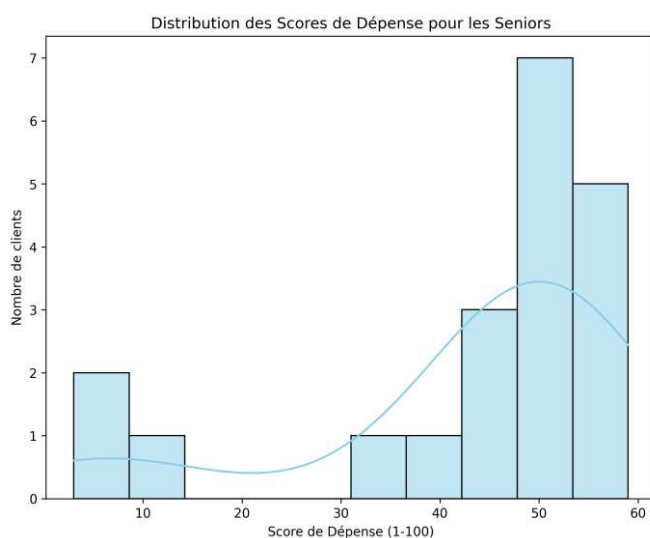
- Répartition :** 52,7% de femmes contre 47,3% d'hommes.
- Observations :** La plupart des jeunes ont un score de dépense entre 50 et 60.
- Genre dominant par intervalle de score :**
  - 0-20 : Hommes
  - 21-100 : Femmes

## Adultes



- **Répartition :** 60% de femmes contre 40% d'hommes.
- **Observations :** Distribution proche d'une loi normale avec un score moyen autour de 50.
- **Genre dominant par intervalle de score :**
  - 0-20 : Hommes
  - 21-100 : Femmes

## Seniors



- **Répartition :** 60% d'hommes contre 40% de femmes.
- **Observations :** Scores de dépense concentrés autour de 50.
- **Genre dominant par intervalle de score :**
  - 0-20 : Hommes

- 41-60 : Hommes

## Recommandations

- **Ciblage des jeunes consommateurs :** Proposer des offres personnalisées pour cette tranche d'âge.
- **Campagnes spécifiques pour les femmes :** Optimiser les stratégies marketing pour la catégorie adulte et senior.
- **Stratégies pour les seniors :** Inciter les hommes seniors à augmenter leurs dépenses avec des programmes de fidélisation.
- **Optimisation des segments adultes :** Explorer des initiatives pour convertir leur fort potentiel de revenu en scores de dépense plus élevés.

## Conclusion

Cette analyse met en évidence des insights précieux pour les acteurs du secteur du commerce, en particulier pour cibler les jeunes consommateurs et optimiser les stratégies marketing selon l'âge et le genre. L'absence de relation entre le revenu et les dépenses appelle à une exploration plus approfondie des facteurs psychologiques et comportementaux influençant les décisions d'achat.

Des perspectives futures pourraient inclure une analyse plus fine des segments clients et l'intégration de nouvelles variables explicatives pour affiner les recommandations stratégiques.

Pour plus information voir : <https://github.com/BabacarCode/customersAnalys>