

Analyse Stratégique des Données CRM pour HeticEtronics



L'équipe.



Zouhair KHOMSI



Coline PIERA



Hikmet BENYAHIA



Rania DJEMA



Nazim BOUSKRA



Amel MEZEMATE

Sommaire.

- 1 Introduction
- 2 Objectifs
- 3 Analyse des Données
- 4 Dashboard

- 5 KPI clés
- 6 Recommandations
Stratégiques
- 7 Feuille de Route

Introduction

HeticEtronics, acteur clé en technologies B2B, fait face à des défis croissants dans un marché compétitif.

Heticetronics
A Hetic Company



Optimiser les performances commerciales en exploitant les données CRM.

Objectifs

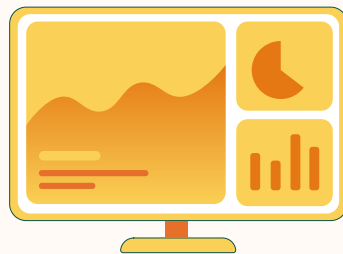
Exploiter les données CRM fournies par HeticEtronics afin de :



Proposition de recommandations stratégiques



Mise en place de KPI pertinents



Création d'un tableau de bord interactif en temps réel

Analyse des données

Jeu de données initial

- Accounts
- Products
- Sales Pipeline
- Sales Teams

Structure des équipes de ventes :

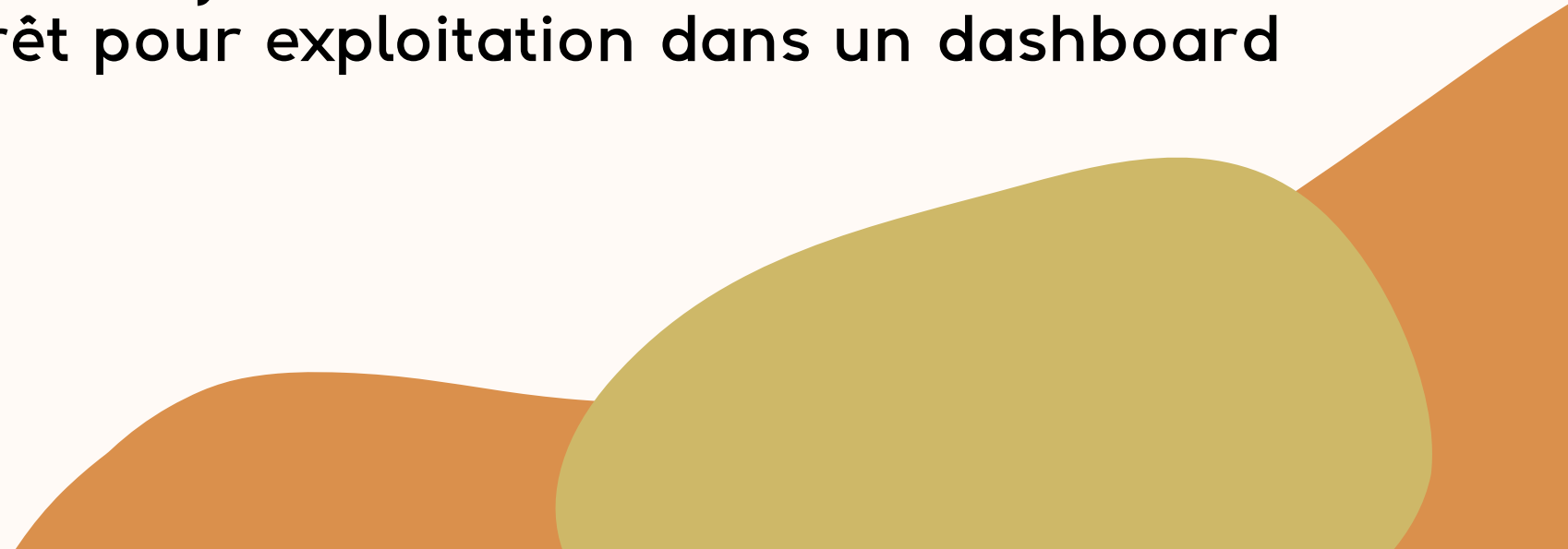
- Trois bureaux régionaux :
- Central : 11 commerciaux, 2 managers.
- East : 12 commerciaux, 2 managers.
- West : 12 commerciaux, 2 managers.

Valeurs manquantes :

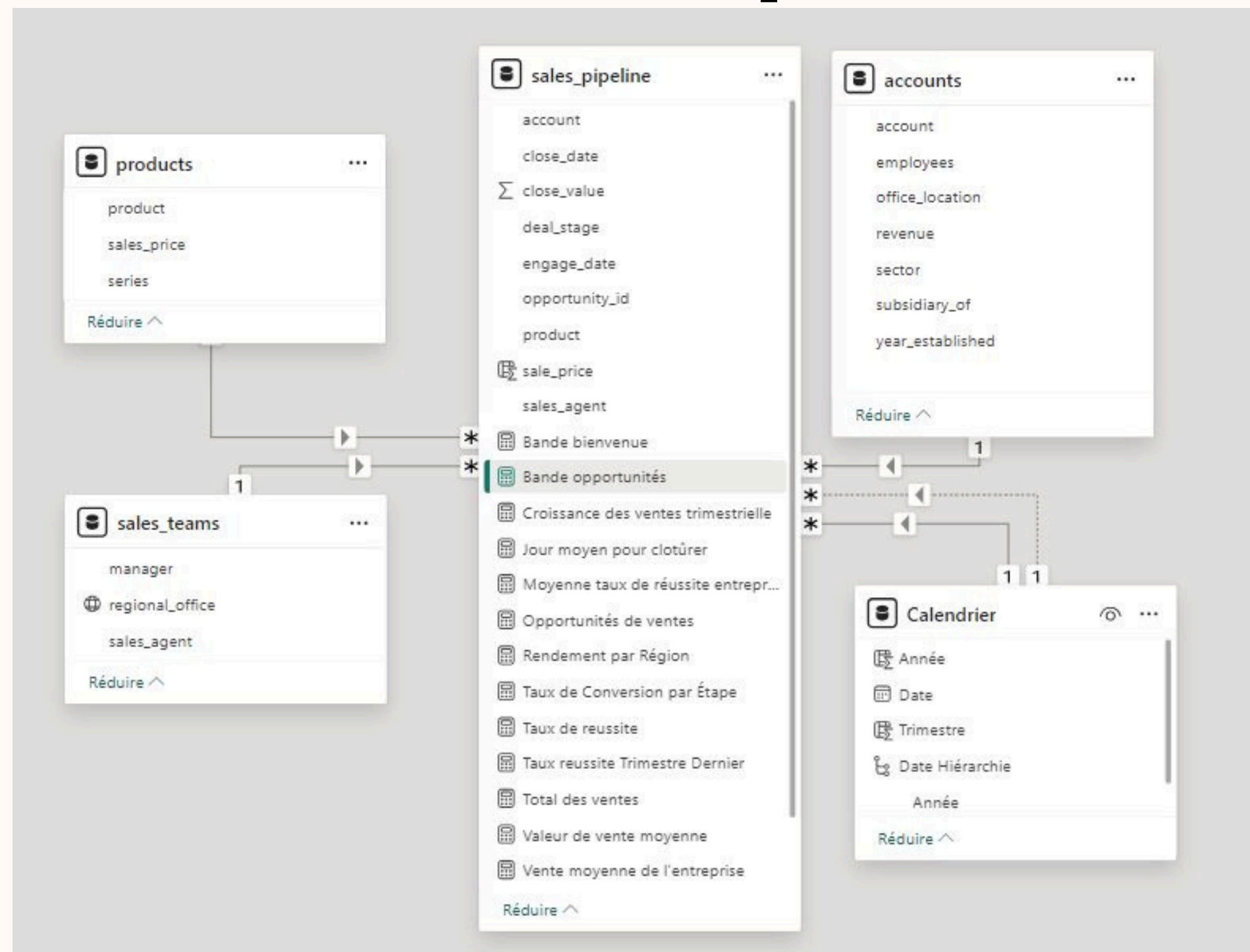
Conservation des valeurs manquantes car l'exploitation de données nous amène à penser que ceci fait parti du processus normal du cycle de vente

EDA

Après analyse des données il apparaît que le jeu de données est directement prêt pour exploitation dans un dashboard



Modèle sémantique

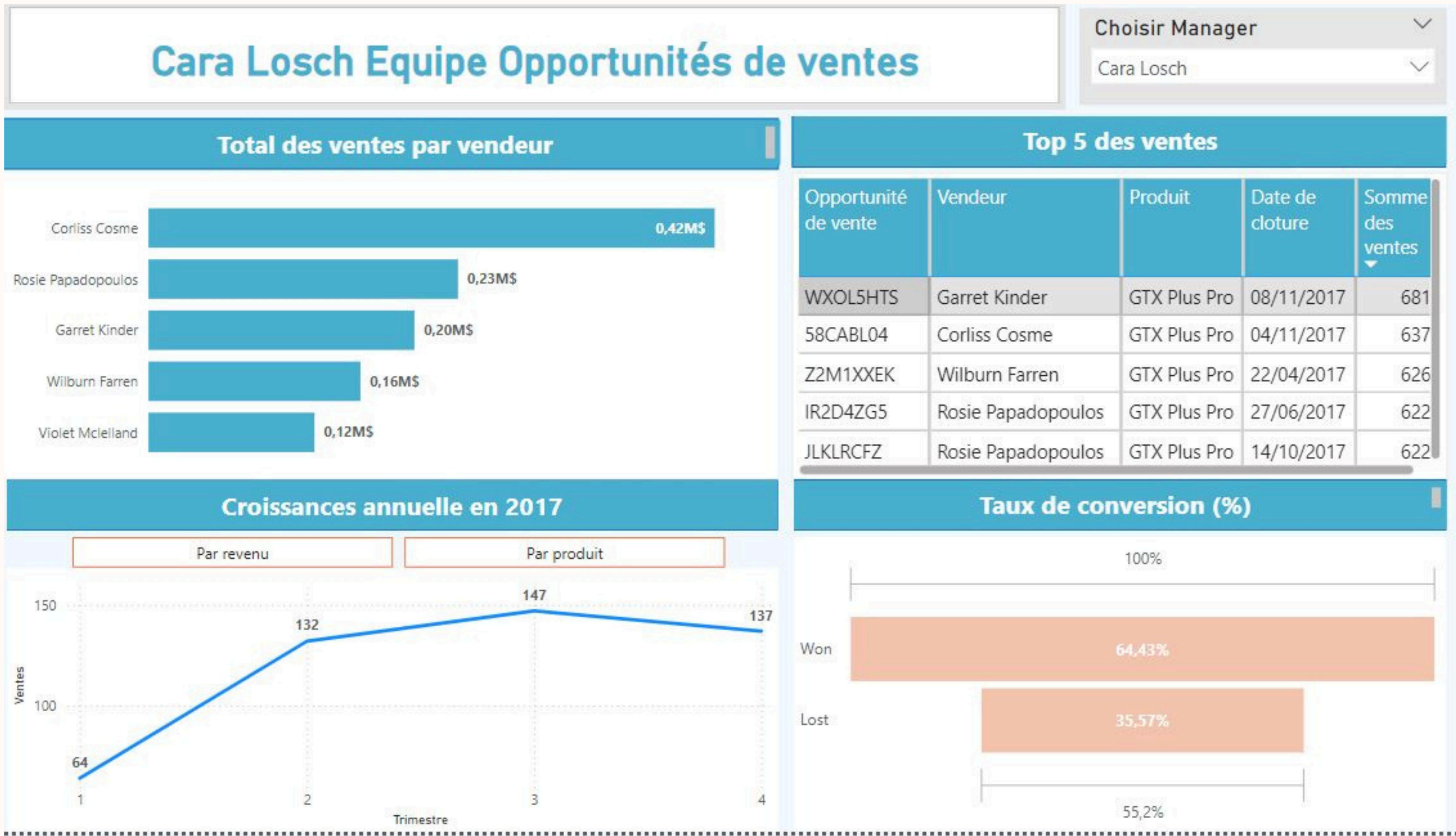


Dashboard



Aperçu du dashboard

HeticAnalyse



Aperçu du dashboard

HeticAnalyse

Choisir Manager

Rocco Neubert

Trimestre

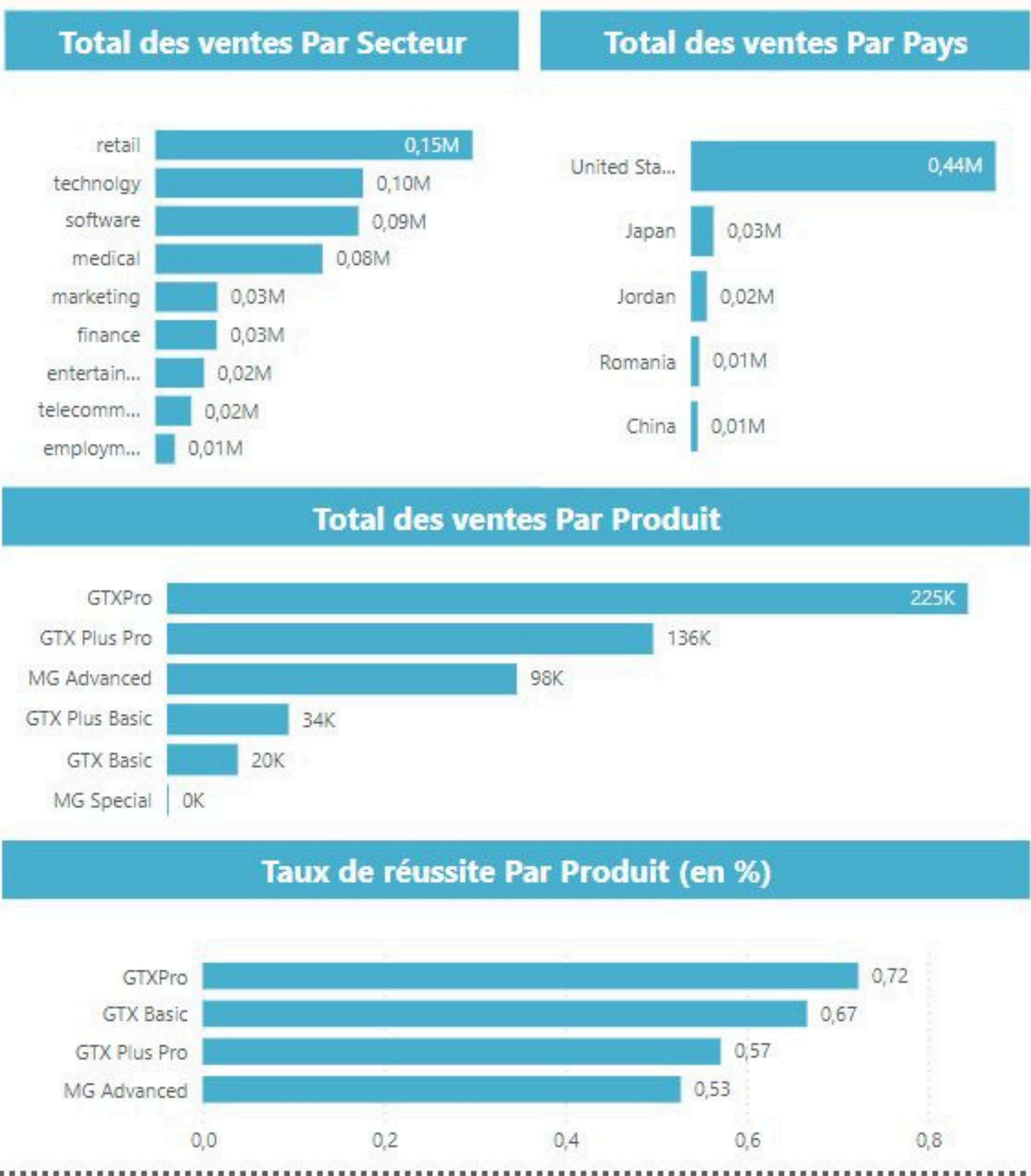
4

Année

2017



account	sector	office_location	Total des ventes	Ventes
Sanjaflex	retail	Japan	32434	13
Gekko & Co	retail	United States	24356	12
PlusSunin	retail	United States	42559	12
Subba Gump	software	United States	29797	11
Conex	technology	United States	29001	10



Aperçu du dashboard

HeticAnalyse

Rocco Neubert Equipe 2017 Trimestre n°4 Bilan

Trimestre

4

Année

2017

Choisir Manager

Rocco Neubert

Bilan par Vendeur

Vendeur	Total des ventes	Ventes	Valeur de vente moyenne	Nb de jours moyen pour cloturer
Reed Clapper	123580	38	3 252,11	52,6
Boris Faz	96222	34	2 830,06	48,6
Daniell Hammack	78666	27	2 913,56	47,1
Cassey Cress	110092	39	2 822,87	46,4



514K

Total des ventes

175

Ventes

2,94K

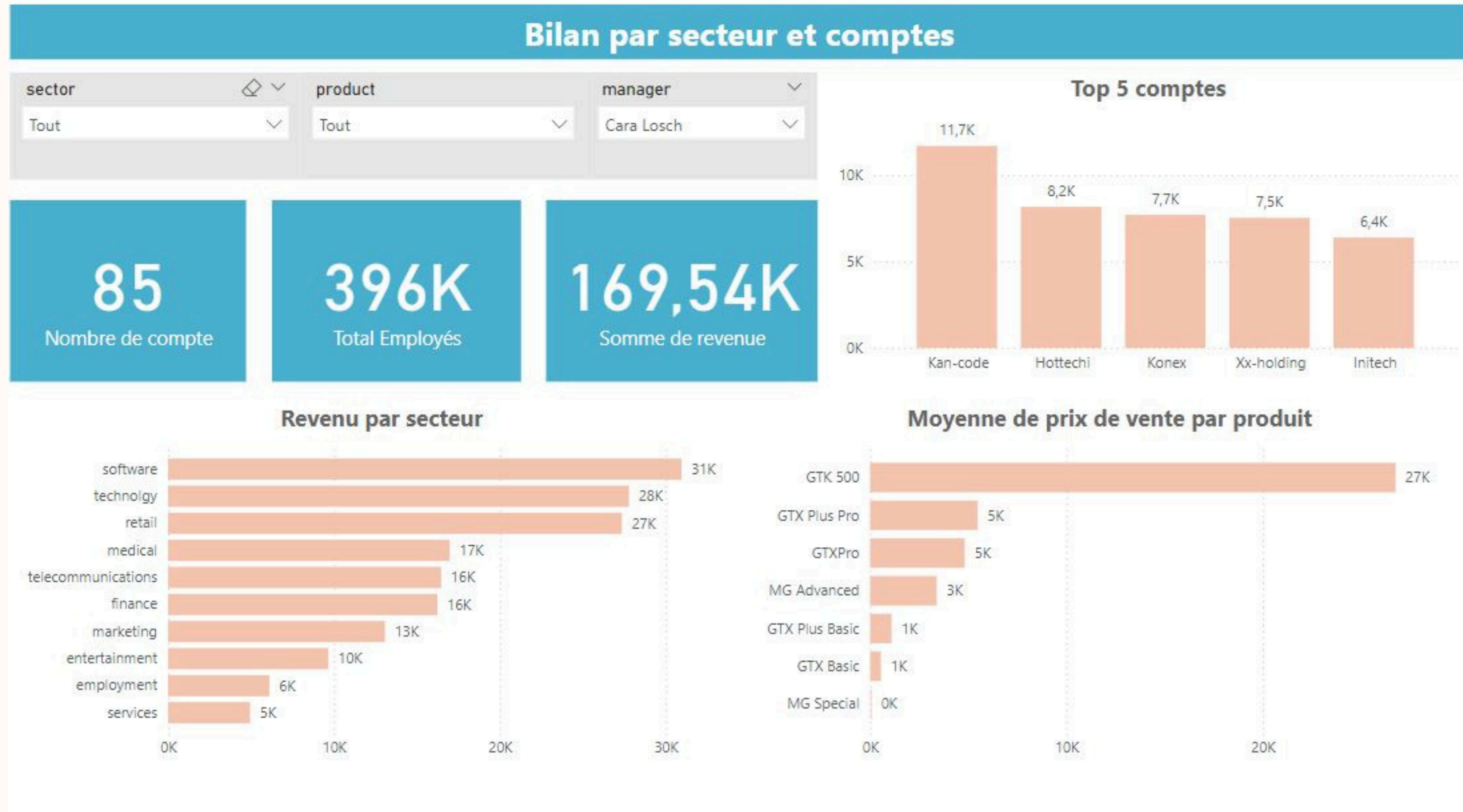
Moyenne des ventes

47,91

Nb de jours moyen pour cloturer

Aperçu du dashboard

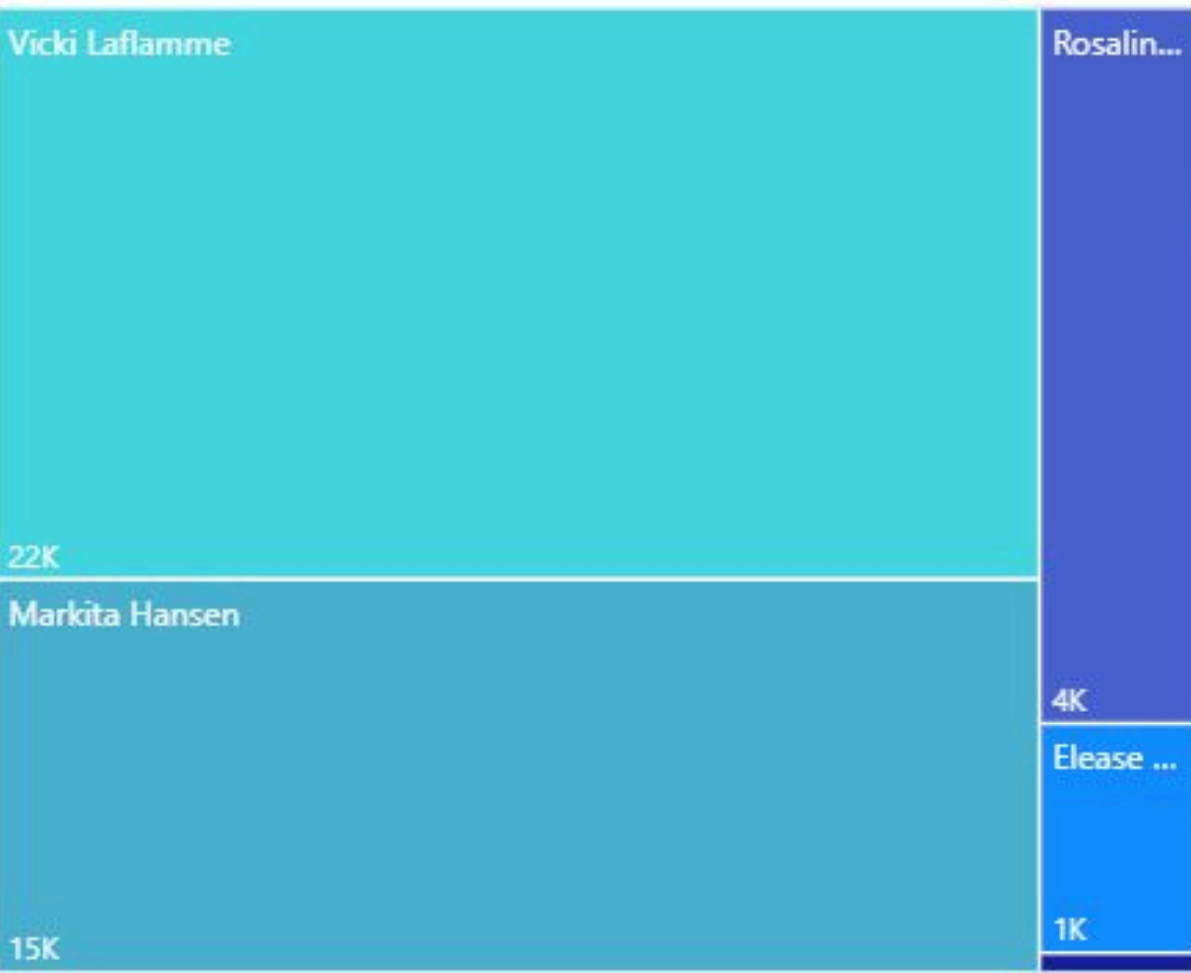
HeticAnalyse



Aperçu du dashboard

HeticAnalyse

Celia Rouche Equipe Opportunités de ventes



42K

Ventes Potentielles

opportunity_id	sales_agent	product	account	engage_date
DYYJW46L	Vicki Laflamme	GTX Plus Pro		14/10/2017
E2CJIO85	Vicki Laflamme	GTX Plus Pro		03/10/2017
X7MN9ROG	Vicki Laflamme	GTX Plus Pro		23/10/2017
6JBM1ZKO	Vicki Laflamme	GTXPro		09/11/2017
N2249A7T	Markita Hansen	GTXPro		02/11/2017
ON821ADT	Markita Hansen	GTXPro		04/11/2017
K9KGXL2E	Markita Hansen	MG Advanced	Lexiqvola x	13/12/2017
OHOWVHYX	Rosalina Dieter	MG Advanced	Zoomit	11/10/2017
QR162ZT	Elease Gluck	GTX Plus Basic		13/12/2017
QSEG5T4H	Markita Hansen	GTX Plus Basic	Zoomit	03/11/2017

Choisir Manager

Celia Rouche

Année

2017

Trimestre

4

Vendeur

Sélectionner tout

Carol Thompson

Elease Gluck

Hayden Neloms

Informations disponibles pour les managers

1. Performances trimestrielles

- Vue complète des résultats par trimestre.
- Comparaison entre agents pour :
- Identifier les plus performants.
- Détecter les opportunités de coaching.

2. Performances individuelles

- Indicateurs clés :
- Ventes totales, nombre de ventes
- Taux de conversion
- Opportunités de ventes
- Temps moyen pour conclure



Performance Globale

**Valeur totale
en 2017
10M**

**Valeur de clôture
maximale**

Juin 2017 : 1338 466 \$

**Répartition
Géo**

**Le + d'Agents
dans Bureau
régional de
l'ouest**

**Produit le
plus vendu
GTX (Prix de vente
élevé)**

**Produit le
moins vendu
MG SPECIAL (Prix de
vente faible)**

**Logiciel
30 950,45 \$
secteur le plus
rentable**

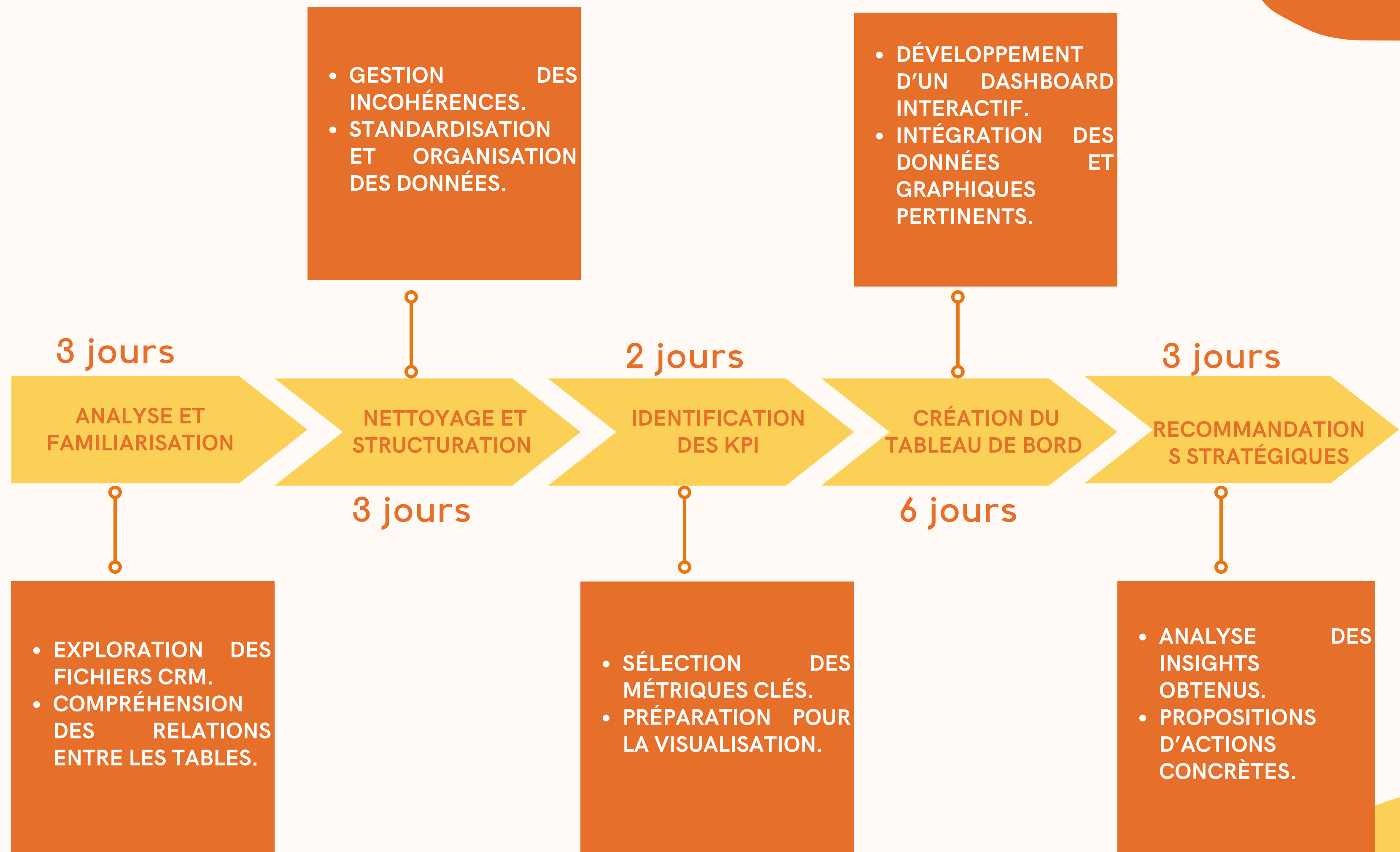
Recommandation stratégiques

- Optimisation des Ventes par Secteur
- Focus sur les Produits les Plus Vendus
- Amélioration des Performances des Vendeurs
- Gestion de la Croissance Trimestrielle
- Amélioration du Taux de Conversion



Feuille de route





Conclusion et améliorations futures

- Analyse du pipeline de transactions : Ajouter une répartition par étape (prospection, engagement, clôture gagnée/perdue) pour prioriser et ajuster les efforts.
- Prédiction basées sur les données : Intégrer une analyse prédictive pour prévoir les performances futures et ajuster les stratégies.
- Personnalisation par manager : Améliorer les vues adaptées aux managers, filtrant les données uniquement pour leurs équipes.

