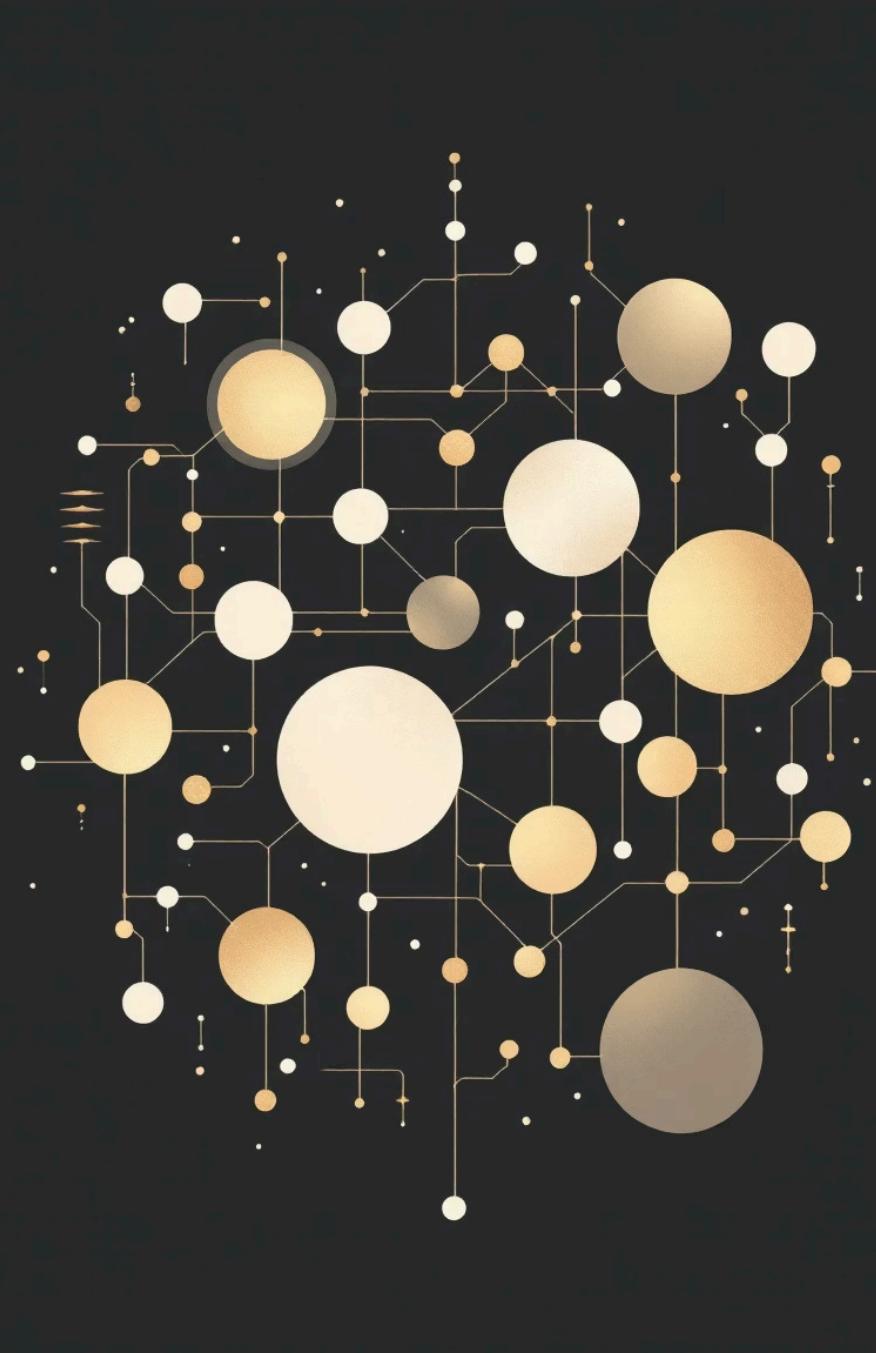




# Analyse du comportement des clients

Découvrir les habitudes d'achat à travers 3 900 transactions pour orienter les décisions stratégiques



# Vue d'ensemble du projet



## Objectif

Analyser les comportements  
d'achat et segments clients



## Dataset

3 900 achats, 18 colonnes de  
données transactionnelles



## Approche

Python, SQL et Power BI pour insights actionnables

# Structure des données

## Démographie clients

- Âge, sexe, localisation
- Statut d'abonnement
- Historique d'achats

**3.9K**

Transactions

**18**

Variables

**4**

Catégories d'âges

**50**

Localisations

## Détails transactionnels

- Catégorie et montant
- Remises et promotions
- Évaluations et expédition



# Préparation des données

01

## Nettoyage

Imputation des 37 valeurs manquantes avec notes médianes par catégorie

02

## Standardisation

Colonnes renommées en snake case (minuscules, tiret ...) pour cohérence

03

## Ingénierie

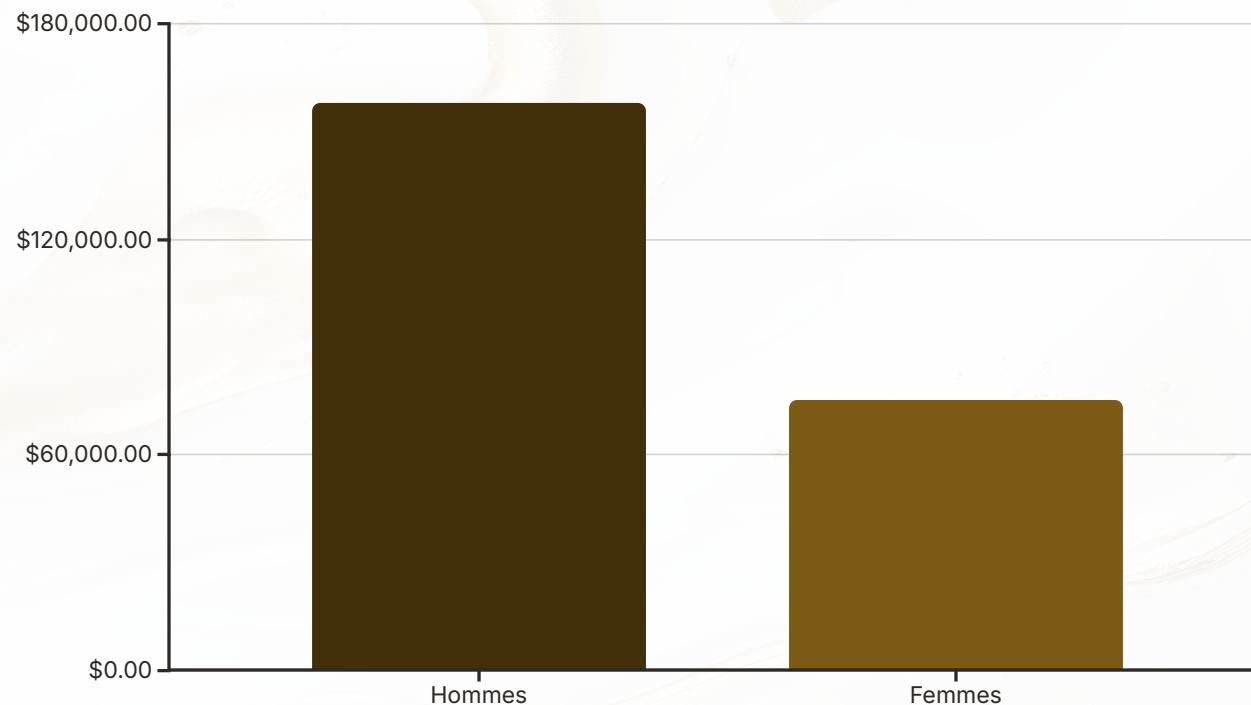
Création de groupes d'âge et fréquence d'achat en jours

04

## Intégration

Chargement dans MySQL pour analyse SQL avancée

# Revenus par segment



Les clients masculins génèrent **2,1x plus de revenus** que les clientes féminines

Opportunité de ciblage marketing différencié

# Insights produits

1

## Top produits notés

Gants (3,86), Sandales (3,84),  
Bottes (3,82)

2

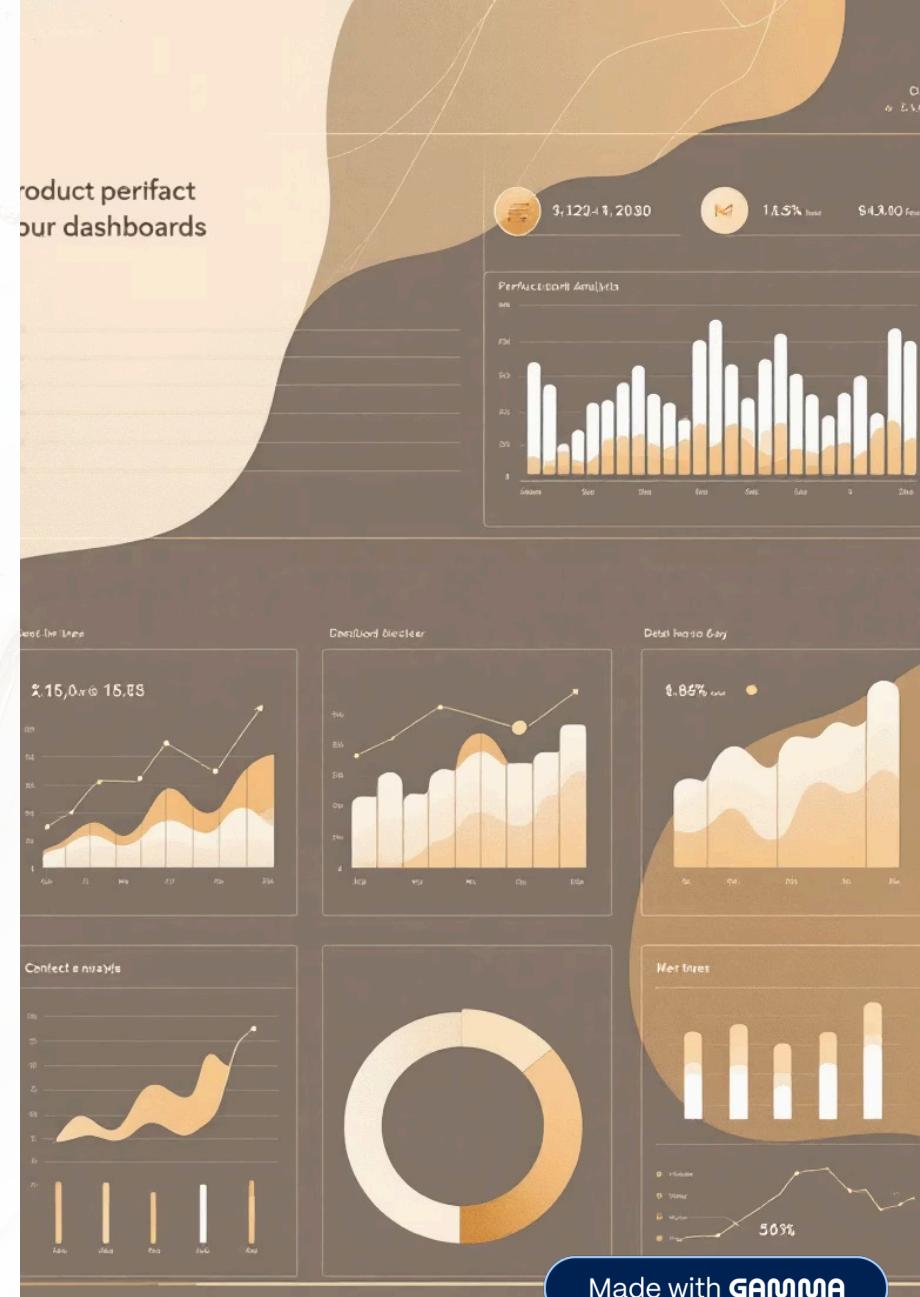
## Plus vendus par catégorie

Bijoux (Accessoires),  
Chemisier (Vêtements),  
Sandales (Chaussures)

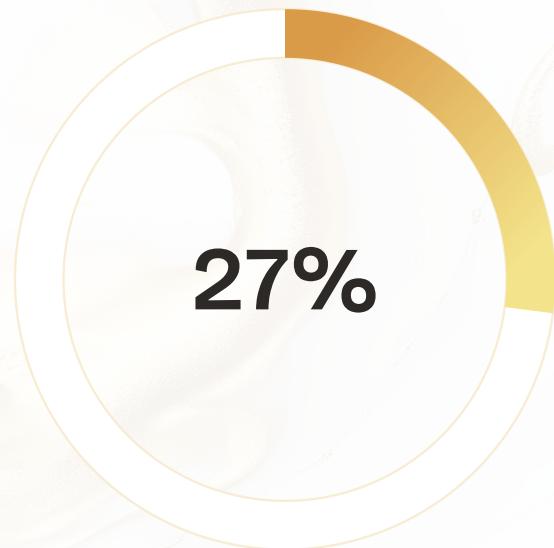
3

## Dépendants aux remises

Chapeaux (50%), Baskets (49,7%), Manteaux (49,1%)

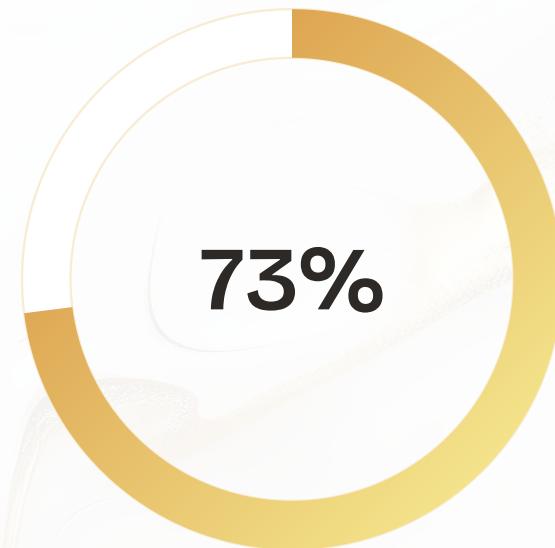


# Comportement d'abonnement



**Abonnés**

1 053 clients avec abonnement actif



**Non-abonnés**

2 847 clients sans abonnement

## Dépense moyenne similaire

Abonnés : **59,49 USD**

Non-abonnés : **59,87 USD**

## Acheteurs réguliers

**958 abonnés** avec plus de 5 achats

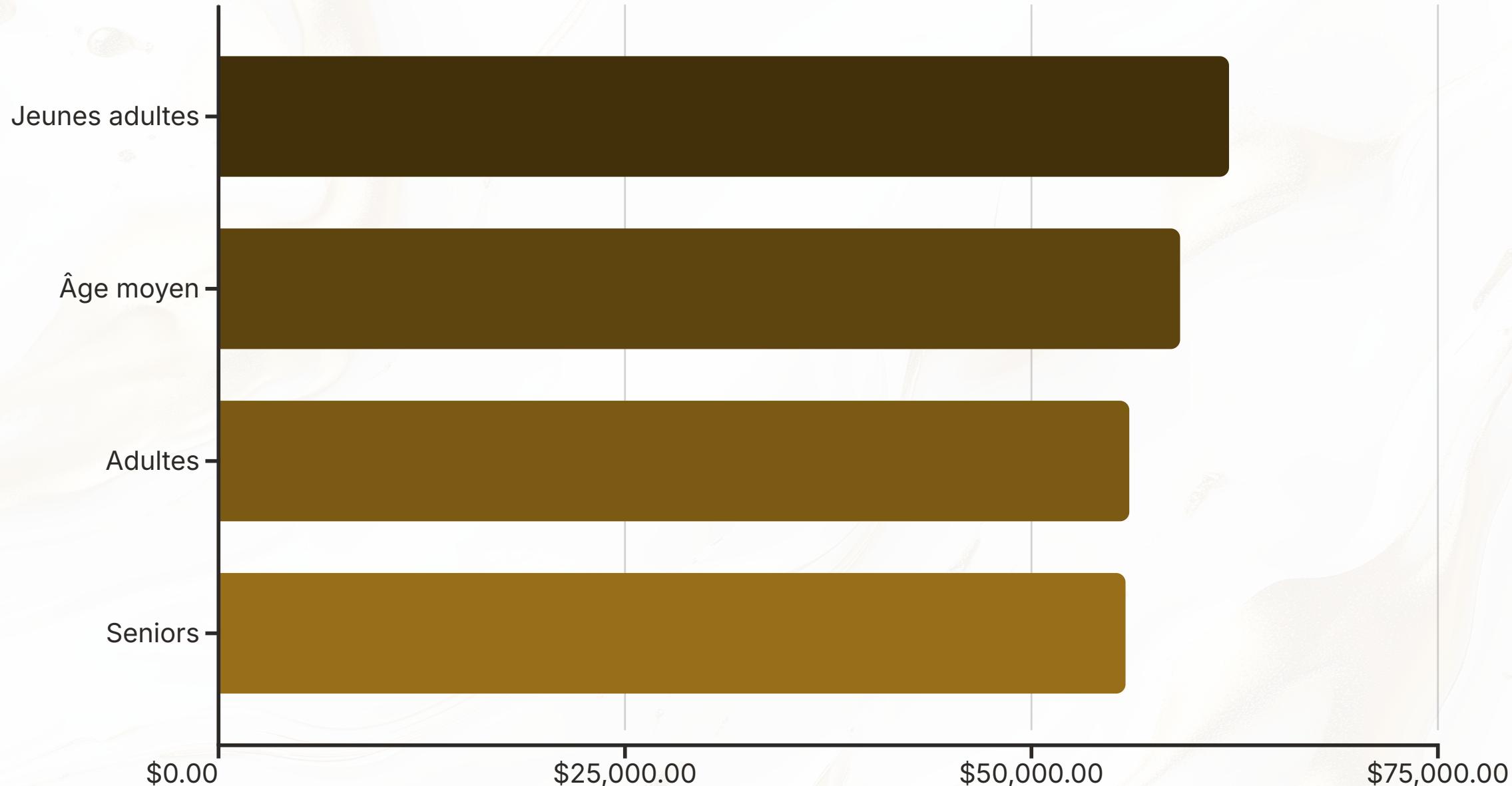
Potentiel de conversion élevé

# Segmentation client



Base solide de clients fidèles représentant 80% du total

# Revenus par groupe d'âge



Distribution équilibrée avec légère dominance des jeunes adultes

# Recommandations stratégiques



## Boostez les abonnements

Promouvoir les avantages exclusifs pour convertir les 73% non-abonnés



## Programmes fidélité

Récompenser les acheteurs réguliers pour passage au segment Fidèle



## Politique remises

Équilibrer les gains de ventes avec un contrôle des marges



## Positionnement produit

Mettre en avant les produits les mieux notés dans les campagnes



## Marketing ciblé

Concentrer les efforts sur les jeunes adultes et les expédition express