

Rapport Du Projet : Analyse De Ventes Et Profit D'une Entreprise

Réalisé Par : Dridi Hadir

Introduction :

Ce rapport présente une analyse des données de ventes et de profit des articles basée sur un dataset couvrant les années 2013 à 2016. Le dataset inclut des informations sur les dates, les clients, les territoires, le stock et les employés. L'objectif principal est d'évaluer les performances des ventes, d'identifier les tendances, d'identifier le profit et de fournir des insights actionnables pour optimiser les stratégies commerciales.

Description des Données :

- **Période couverte** : 2013 à 2015.
- **Tables de dimensions** : DimCity, DimCustomer, DimDate, DimEmployee et DimStockItem.
- **Table de fait** : FactSales.
- **Sources** : Dataset complet importé dans Power BI, avec un focus sur les ventes agrégées et le profit.
- **Outils utilisés** : Power BI pour le nettoyage, la modélisation (via DAX) et la visualisation des données.

KPI Clés :

Voici les principaux indicateurs calculés pour donner un aperçu rapide des performances :

- **Somme des ventes** : 19 millions dollars, c'est le chiffre d'affaire total.
- **Quantité** : 1 millions d'article, montrant un stock bien équipé.
- **Total des articles réfrigérés** : 14k articles réfrigérés.
- **Total des articles secs** : 1 millions articles secs.
- **Profit** : 9.92 millions dollars, représentant un profit élevé.
- **Cout** : 9 millions dollars.
- **Profitabilité** : 52.2%, indiquant une marge élevée.

Analyse des Visualisations

1. Tendance Annuelle

- **Insights** : Les ventes et profits ont augmenté de 2013 à 2015 (pic estimé à 6M de ventes en 2015), puis ont chuté à environ 3M en 2016. Cette tendance est cohérente dans les deux dashboards.
- **Tendance** : La baisse en 2016 pourrait refléter une saturation ou une réduction des commandes, alignée avec les données de FactSale (jusqu'en mars 2016).
- **Recommandation** : Analyser les mois de 2016 via DimDate pour identifier les causes et planifier des promotions.

2. Répartition par État

- **Insights** :
 - California : 8.45M de ventes, 4.43M de profits, performance "Excellent".
 - Alaska : 2.86M de ventes, 1.48M de profits, "Moyen".
 - Oregon : 2.17M de ventes, 1.12M de profits, "Moyen".
 - Washington : 1.90M de ventes, 2.09M de profits, "Moyen".
 - Nevada : 1.19M de ventes, 0.63M de profits, "Pauvre".
 - Hawaii : 0.31M de ventes, 0.16M de profits, "Pauvre".
 - Total : 19.01M de ventes, 9.92M de profits.
- **Tendance** : California domine (44% des ventes), tandis que Hawaii et Nevada sous-performent.
- **Recommandation** : Renforcer le marketing en Hawaii et Nevada, et capitaliser sur la Californie.

3. Répartition par Articles de Stock

- **Insights** : Les articles d'emballage (e.g., Air cushion machine à 1.20M de ventes, bubble wrap à 0.87M) mènent, avec des marges élevées (jusqu'à 40%). Les articles réfrigérés (14K) sont marginaux par rapport aux secs (1M).
- **Tendance** : Une dépendance aux produits d'emballage, avec peu de diversité dans les réfrigérés.
- **Recommandation** : Augmenter les stocks des top performers et explorer des bundles avec des articles réfrigérés.

Insights Globaux et Recommandations

- **Points forts** : Profitabilité élevée (52.2%) et performance dominante en Californie.
- **Défis** : Baisse en 2016, erreur de quantité, et dépendance à quelques produits/états.
- **Recommandations** :
 1. **Stratégie Régionale** : Investir dans Hawaii et Nevada avec des campagnes ciblées, tout en maintenant la Californie.
 2. **Diversification Produit** : Promouvoir les articles réfrigérés et réduire la dépendance aux emballages via des offres combinées.