

Faites une analyse de ventes pour un e-commerce.



Le Grand Marché

1. Contexte du Projet

En tant que Data Analyst au service Marketing du **Grand Marché**, cette documentation détaille les travaux réalisés pour le rapport mensuel d'activité. L'entreprise, spécialisée dans la grande distribution (Nourriture, Biens de consommation, High-Tech), a récemment opéré un virage stratégique en abandonnant le segment High-Tech pour se concentrer sur les deux autres catégories.

Cette mission se divise en deux volets principaux :

1. Une analyse stratégique de la baisse du chiffre d'affaires global (Support de présentation).
2. Un reporting opérationnel spécifique aux clients affiliés (Tableau de bord Excel).

2. Analyse Stratégique.

L'analyse repose sur 5 indicateurs clés permettant d'expliquer la dynamique actuelle de l'entreprise :

- **Évolution du Chiffre d'Affaires** : Identification d'une stagnation en fin d'année suivie d'une baisse marquée en février, malgré la croissance des segments "Nourriture" et "Biens de consommation".
- **Analyse du Trafic et de la Conversion** : Bien que le nombre de visiteurs ait explosé pour dépasser les 500 000 le mois dernier, le taux de conversion est en chute constante.
- **Corrélation Temps/Panier** : Une analyse a démontré une corrélation directe entre le temps passé sur le site et le montant du panier moyen.
- **Diagnostic** : La baisse du CA n'est pas due à un manque de visibilité mais à un problème de qualité de l'expérience utilisateur (UX), rendant le parcours d'achat inconsistant.
- **Recommandation** : Prioriser l'optimisation du taux de conversion (CRO) et l'amélioration de l'interface pour engager les visiteurs plus longtemps.

3. Analyse des Clients Affiliés

Ce volet technique a consisté à traiter les données de février pour le pôle Marketing.

Traitement des données

- **Data Février** : Intégration des transactions détaillées par ID client, temps d'achat, montant et catégorie.
- **Tableau Client x Catégorie** : Création d'un tableau croisé résumant par client le nombre d'achats et le chiffre d'affaires par catégorie (biens de conso, nourriture) ainsi que le total.

Tableau de Bord (Dashboard)

Le tableau de bord a été conçu pour être visuel et accessible, incluant :

- **Indicateurs Clés (KPIs)** : Analyse des ventes mensuelles (CA total de 204 746,72 € de septembre à février) et segmentation par temps d'achat.
- **Graphiques de Performance** :
 - Évolution du CA par catégorie (septembre à février).
 - Répartition du CA total par catégorie.
 - Top 10 des clients par montant d'achat pour le mois de février.
 - Corrélation entre le montant du panier et le temps passé sur le site.
- **Infographie** : Intégration d'un élément visuel pour faciliter la lecture des données par les utilisateurs non-initiés.

4. Méthodologie Technique

- **Outils** : Microsoft Excel (Formules complexes, Tableaux Croisés Dynamiques, Graphiques)
- **Accessibilité** : Respect des bonnes pratiques de lecture (contrastes, titres de graphiques explicites).
- **Maintenance** : Les formules ont été conservées dans le fichier Excel pour permettre une mise à jour automatisée lors des mois suivants.

Suggestions d'axes stratégiques

Sur la base des données analysées, il est conseillé de lancer une campagne de fidélisation ciblant le **Top 10 des clients affiliés** (identifiés dans le tableau Excel) et d'investir dans un audit de performance technique du site web pour stopper la chute du taux de conversion.