

Tableau de bord - Occaski

05.06.2022

—

Thomas Falsimagne - Mickaël Fernandez - Groupe 4A

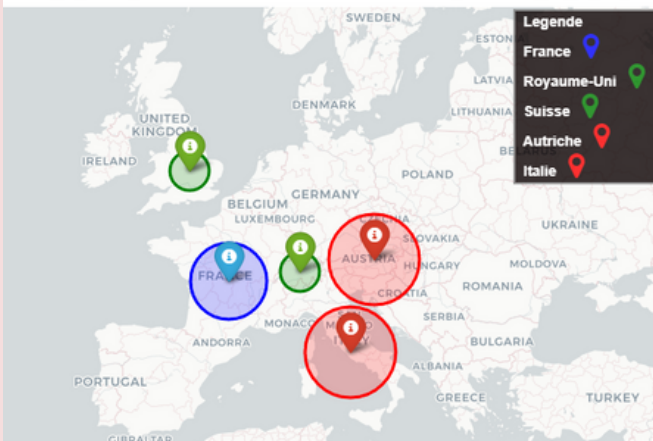
IUT Blagnac

Année universitaire : 2021 - 2022

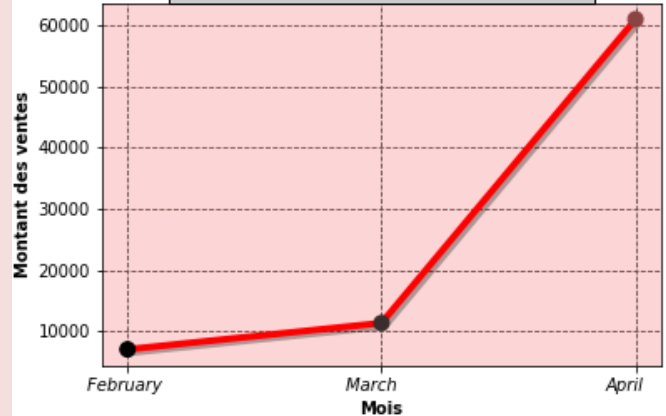
Tableau de bord

Localisation, ventes totales et mensuelles d'Occaski

Cartographie représentant les ventes totales de Occaski par zones géographiques



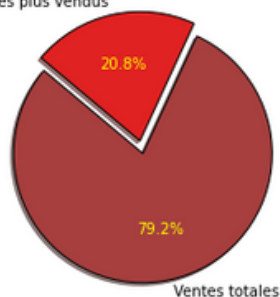
Historique mensuel des ventes en Suisse



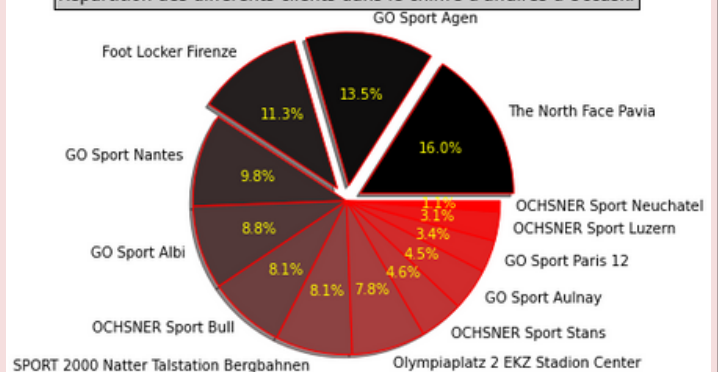
Popularité des produits et chiffre d'affaires d'Occaski

Les trois produits phares au niveau du chiffre d'affaires d'Occaski

Trois produits les plus vendus

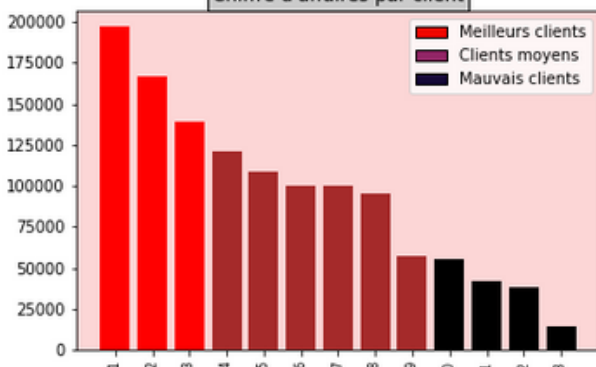


Répartition des différents clients dans le chiffre d'affaires d'Occaski



Chiffre d'affaires par client

Chiffre d'affaires par client



Les trois meilleurs clients :

- The North Face Pavia
- GO Sport Agen
- Foot Locker Firenze

I. Objectifs du tableau de bord :

Le tableau de bord que nous avons conçu sera utile au niveau marketing. Effectivement, les graphiques que nous avons réalisés sur les données de l'entreprise Occaski, permettront d'aider les décisionnaires du service commercial. Par ailleurs, il nous semble judicieux de remarquer que les données que nous avons pu exploiter, s'étaient étalées sur une période de trois mois. Le tableau de bord s'institue donc, ici, comme un instrument pertinent pour l'aide à la prise de décision sur une action à court terme.

II. Cibles du tableau de bord et périodicité de la mise à jour :

Comme dit ci-dessus, notre tableau de bord est destiné au service commercial. Effectivement, nous avons eu comme objectif constant, d'apporter un maximum d'éléments permettant d'aider au mieux la prise de décision pour les responsables de ce service.


Ainsi, notre tableau de bord est à la fois destiné au service commercial de Lyon mais aussi à celui d'Annecy. Les informations étant généralisées entre ces deux agences dans la base de données, il faudra que celles-ci tiennent compte des différents graphiques que nous avons pu concevoir, pour adapter leurs stratégies et leurs décisions.

Enfin, en ce qui concerne la régularité de la mise à jour, elle se ferait tous les trois mois, temps qui nous semble convenable pour observer l'impact qu'aurait pu avoir un changement de stratégie dans ce laps de temps.

III. Pertinence des différents indicateurs et clarifications :

Dans cette partie, nous allons vous donner quelques éléments pour comprendre pourquoi nous avons choisi ces indicateurs et non quelques autres.

Tout d'abord, en ce qui concerne le premier graphique, la carte. Il nous semble intéressant de voir où sont situés nos clients en Europe, et de remarquer quels sont ceux qui achètent le plus de nos produits. Cela permet d'avoir une vision globale assez rapidement de la relation commerciale d'Occaski avec ses clients.



Ensuite, pour le deuxième graphique qui représente l'historique des ventes en suisse. Là-aussi, celui-ci était nécessaire. Effectivement, après l'action commerciale menée dans ce pays, il était indispensable de savoir si celle-ci avait été concluante ou non. Ici, nous voyons que les ventes ont été multipliées par 6. Par conséquent, les responsables marketing pourront estimer s'il est souhaitable ou non de pérenniser l'action entreprise.

Puis, pour ce qui est du troisième graphique, celui-ci donne une représentation intéressante de la part que prennent les trois produits les mieux vendus dans le chiffre d'affaires total de la société. Ici on voit, que c'est environ 21% du chiffre d'affaires d'Occaski qui est réalisé avec ces produits.

Maintenant, voyons ce qu'il en est pour l'avant-dernier graphique. Ici, nous représentons le chiffre d'affaires total d'Occaski. Seulement, nous le représentons de manière à faire ressortir qui sont les clients qui achètent le plus à la société. Cela est instructif, car visuellement nous voyons rapidement qui sont les meilleurs clients, et qui sont ceux qui pourraient être susceptibles, par exemple, de recevoir des offres de réductions.

Enfin, pour ce qui est de l'histogramme, il représente, là-aussi, le chiffre d'affaires total d'Occaski découpé par client, avec une seule différence. Effectivement, ici nous n'avons plus la représentation en pourcentage que nous avons dans le diagramme circulaire, mais directement les chiffres. Nous avons trouvé que cela apportait un bon complément, les données chiffrées étant plus tangibles que de simples pourcentages.