

Projet Transverse : Partie SQL

Enseigne : BOTANIC



Promotion : MBDCDO 2

Groupe :

ALIANE Amine
BENABOUD Ramzi
BOUSSOUF Imed Eddine
LITTI Dylan

Contexte :

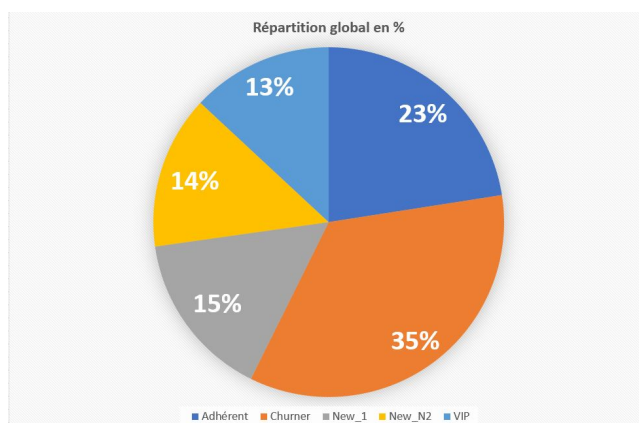
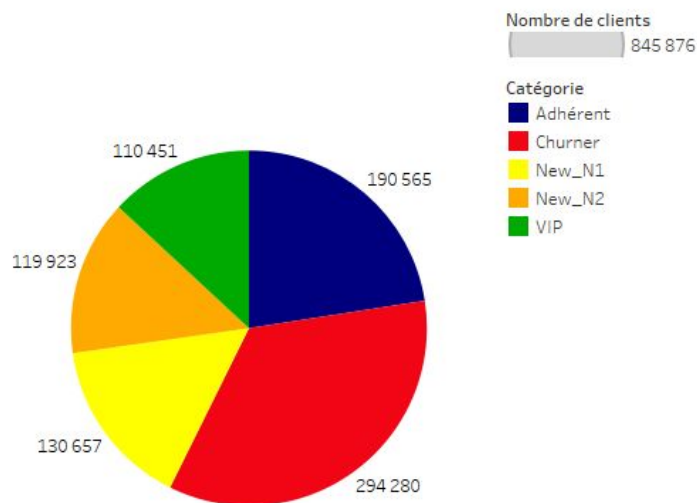
La société Botanic a envoyé ses données client ainsi que les achats sur l'année N-2 (2016) et N-1 (2017).

Nous avons exploré les données de cette entreprise dans le cadre de la réalisation d'une étude sur l'attrition des clients VIP :

1* Etude Globale :

A* Répartition Adhèrent / VIP :

La répartition globale



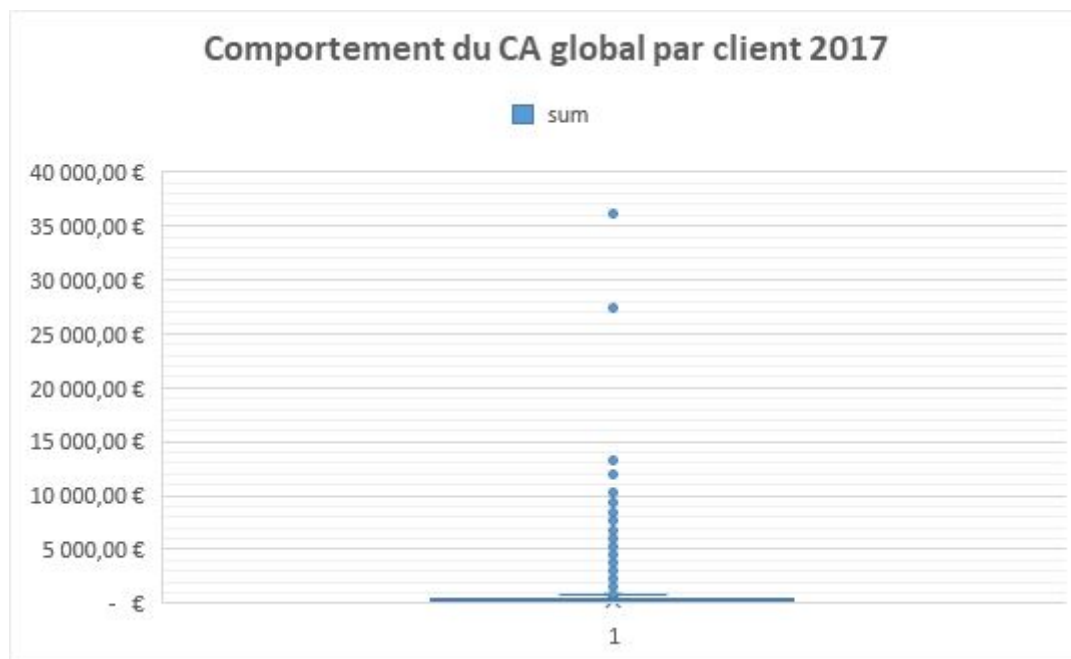
Nous remarquons que nous avons 110451 clients VIP (un nombre très élevé). Mais aussi nous remarquons que le nombre des Churner est beaucoup plus élevé (voire même excessif).

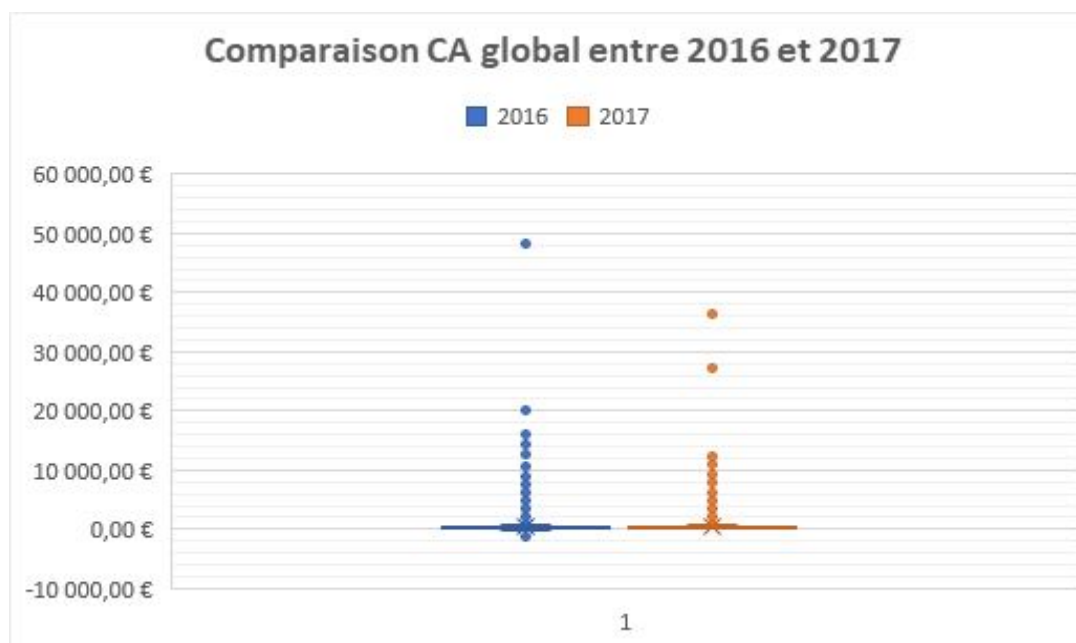
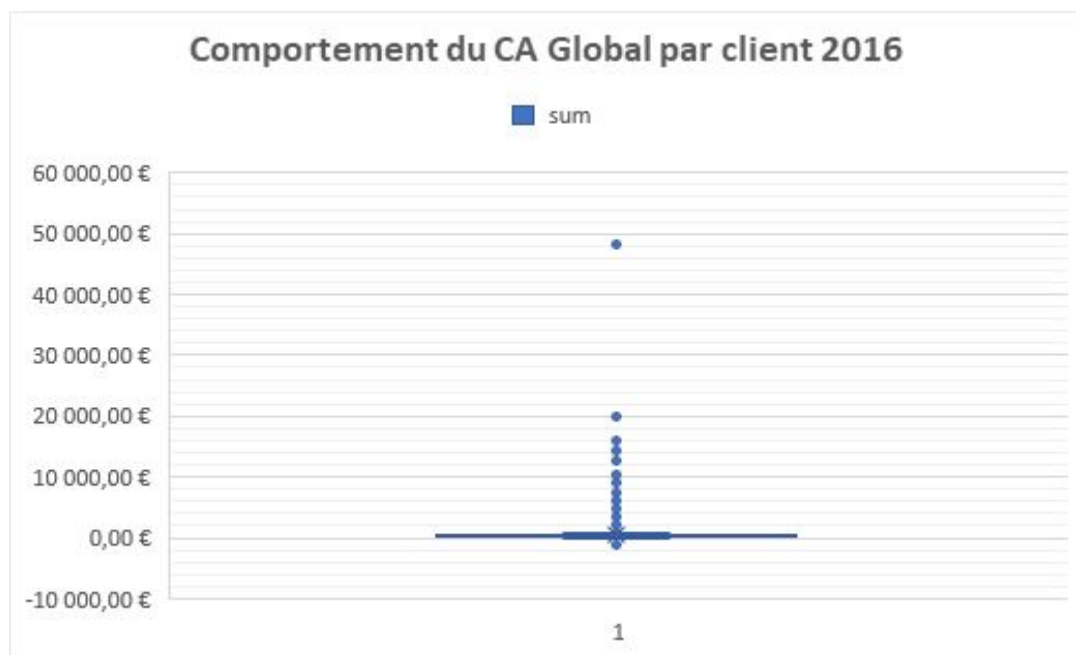
De telles remarques poussent à plus explorer les données pour

comprendre pourquoi nous avons un nombre très élevé des churner (activité saisonnière ? clients opportunistes ? etc.).

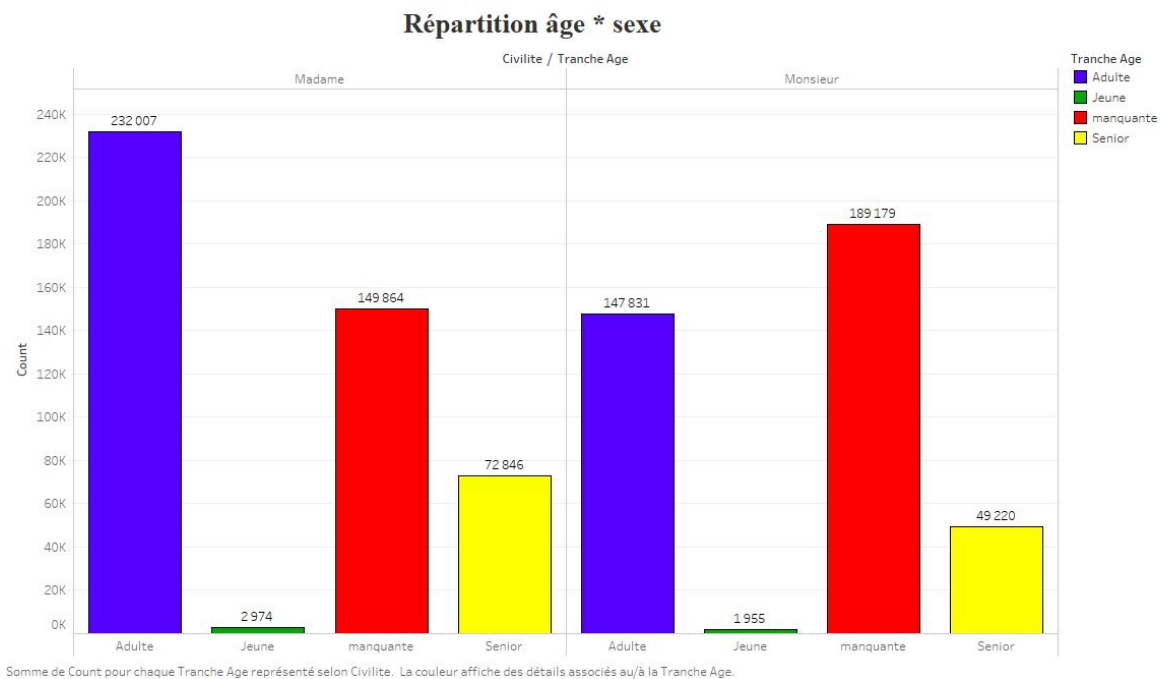
B* Comportement du CA global par client N_2 vs N_1 :

Nous remarquons qu'il y a une forte dispersion du CA Global par client (celle-ci est plus forte sur l'année 2016).





C* Répartition Âge * Sexe



Pour la répartition Âge * Sexe :

Nous remarquons que pour les femmes la catégorie la plus présente est la catégorie d'adulte (25 à 64 ans) suivie par la catégorie manquante (Nous avons pas l'âge du client). Une autre remarque aussi est que la catégorie jeune est très minimes.

Nous remarquons que pour les hommes la catégorie la plus présente est la catégorie manquante (c'est un peu paradoxale car dans la vie réelle ce sont les femmes qui n'aime pas donner leur âge), suivie par la catégorie adulte (25 à 64 ans). Même remarque à refaire pour la catégorie jeune, elle est très minimes.

2 * Etude par magasin : add le doc excel

Commentaire du fichier excel :

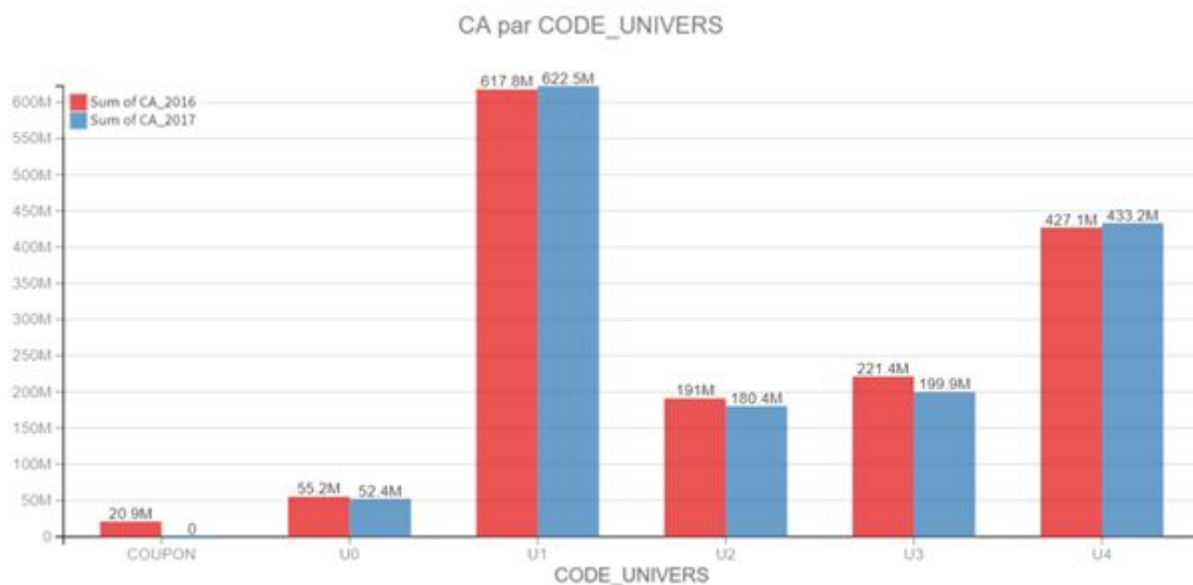
Nous remarquons que l'entreprise a une évolution positive du nombre de client (6,27%).

L'inverse pour l'évolution chiffre d'affaires ou nous remarquons une évolution négative de l'ordre de (-3307338,82 €).

Ce que nous pouvons dire à partir de ces remarques, que même si l'entreprise a connu une augmentation du nombre de clients, son chiffre d'affaire a vu une baisse non négligeable de 1,67%.

3 * Etude par univers :

A) Visualisation de l'évolution de CA généré par univers 2017 (N-1) vs 2016 (N-2) :



Pour nos futures stratégies de chiffre, de prix, de concurrence, de promotion, de référencements produits...etc, cet histogramme nous montre l'évolution ou la régression du CA dans chaque univers de l'enseigne BOTANIC. Nous remarquons clairement que l'univers U1 est celui qui nous génère le plus grand CA.

Aussi, nous permet de constater que l'enseigne a cessée l'utilisation des coupons pendant l'année 2017 (N-1).

B) Visualisation du top 5 des familles les plus rentables par univers :

pour les futures stratégies de développement de marges, ce graphique nous montre le TOP 5 des familles les plus rentables pour l'enseigne BOTANIC et leurs appartenance UNIVERS.

En complément de l'étude CA par univers, Nous comprendrons donc que l'univers U1 est très important pour la bonne santé de l'enseigne car il génère le plus grand CA et la plus grande marge.

