

## Tableau de Bord

Accueil

Corrélation

Produits

Clients

Géographie

Analyse





Tableau de Bord

Accueil

Corrélation

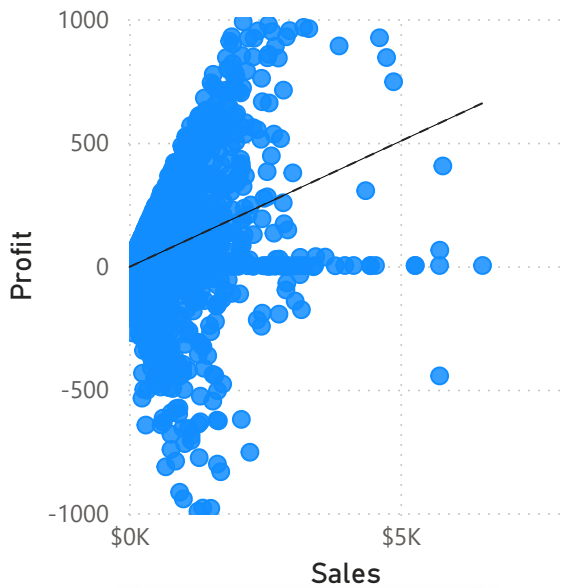
Produits

Clients

Géographie

Analyse

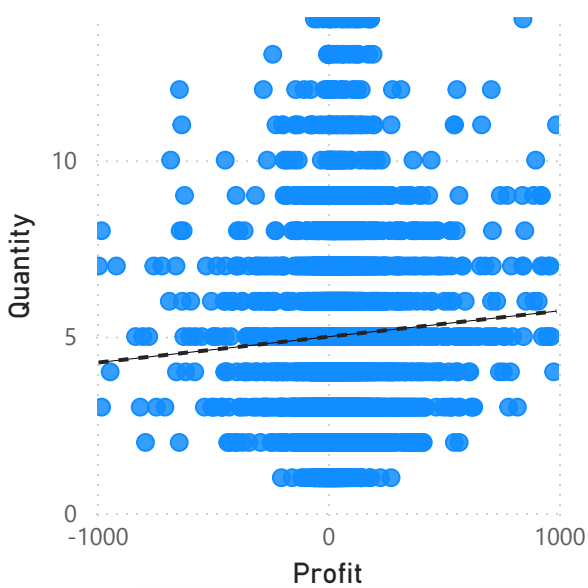
Sales et Profit



0,38

Coefficient de Corrélation

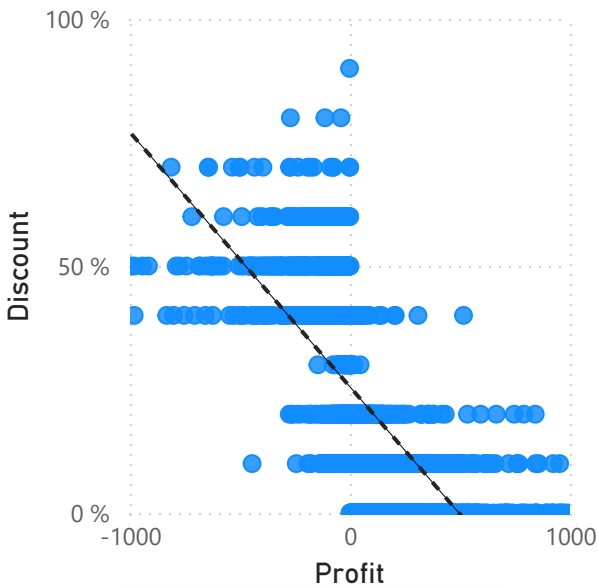
Profit et Quantity



0,11

Coefficient de Corrélation

Profit et Discount



-0,40

Coefficient de Corrélation



Tableau de Bord

Accueil

Corrélation

Produits

Clients

Géographie

Analyse

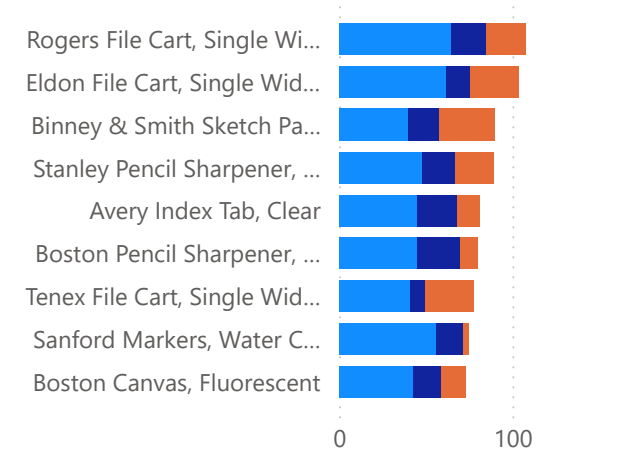
Consumer

Corporate

Home Office

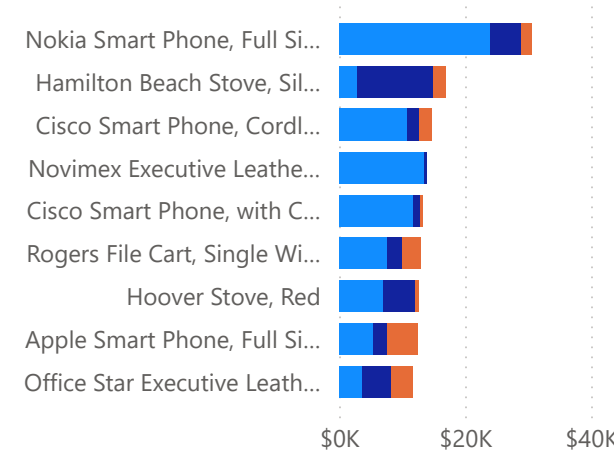
Top produit / vente

Segment ● Consumer ● Corporate ● Home Office



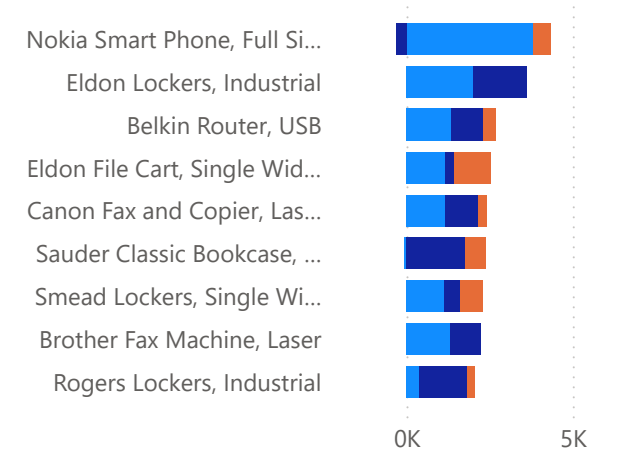
Top produit / CA

Segment ● Consumer ● Corporate ● Home Office



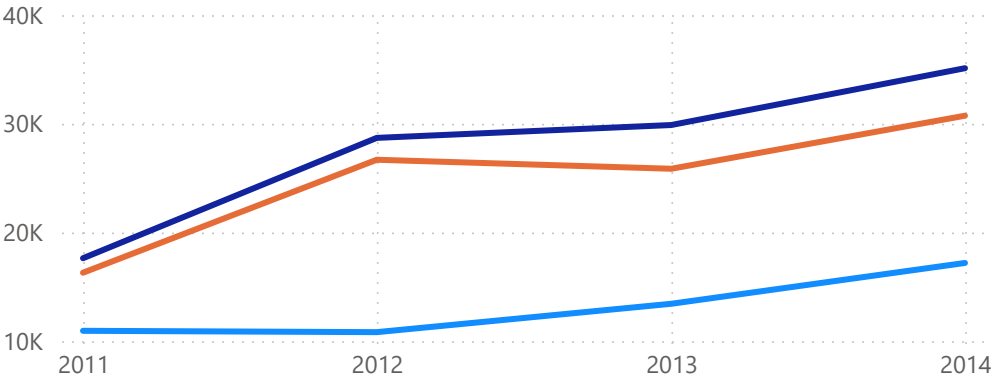
Top produit / profit

Segment ● Consumer ● Corporate ● Home Office



Somme de Profit par Année et Category

Category ● Furniture ● Office Supplies ● Technology



Somme de Profit par Année et Category

Category ● Furniture ● Office Supplies ● Technology

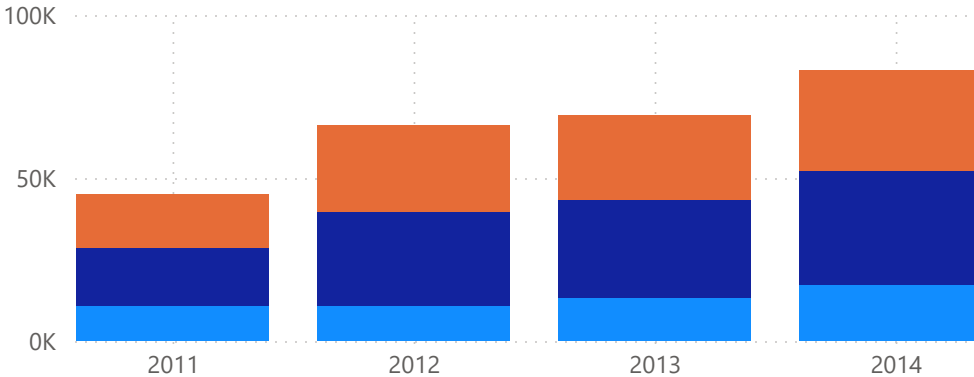




Tableau de Bord

- Accueil
- Corrélation
- Produits
- Clients
- Géographie
- Analyse

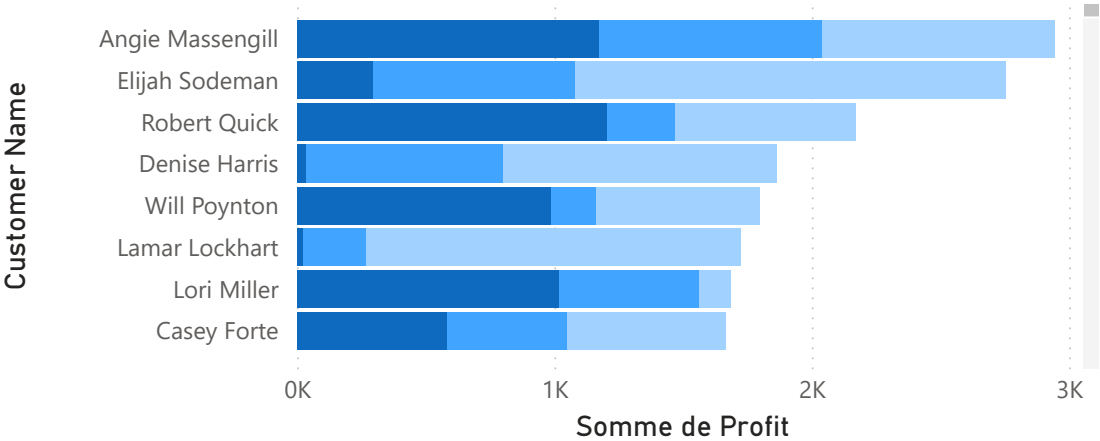
Consumer

Corporate

Home Office

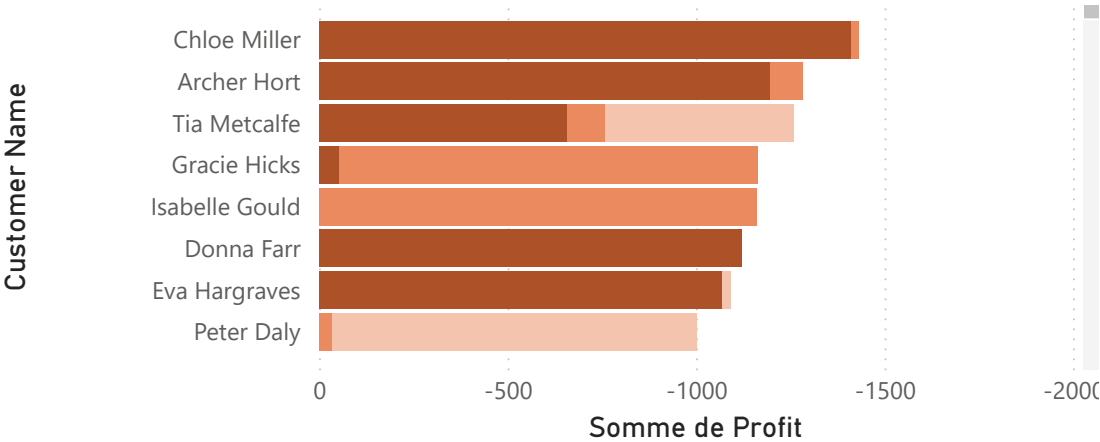
Somme de Profit par Customer Name et Category

Category Furniture Office Supplies Technology



Flop des profits

Category Furniture Office Supplies Technology



Customer Name	Moyenne de Discount	Somme de Quantity	Somme de Profit
Julian Dobie	51,11 %	23	-374
Jay Collier	50,00 %	8	-392
Ruth Williams	42,14 %	48	67
Viola Watson	42,14 %	41	-284
Amy Nixon	37,86 %	61	-933
Rory Chambers	35,71 %	38	-783
Isabelle Gould	35,63 %	57	-938
Shannon Howe	35,56 %	32	-636
Abby Muramats	35,00 %	21	-247
Rhonda Ford	35,00 %	44	-373
Sebastian McClelland	35,00 %	20	-178
Libby Allan	35,00 %	36	-202
Nicole Johns	34,29 %	64	-327
Mohammed Fox	34,00 %	15	-171
David Lowe	33,33 %	27	-518
Evie Flockhart	33,33 %	85	-619
Holly Noble	31,43 %	49	907
Archer Hort	30,95 %	99	-1129
Gracie Hicks	30,59 %	64	-976
Brandon Preston	30,00 %	47	254
Tara Hines	30,00 %	48	-238
Karla Dunkley	30,00 %	12	7
Leon Thompson	30,00 %	6	-22
Jared Wurster	28,57 %	21	-392
Larry Lambert	28,00 %	45	-410
Ewan Hyde	27,78 %	22	-14
Total	11,57 %	15716	133733



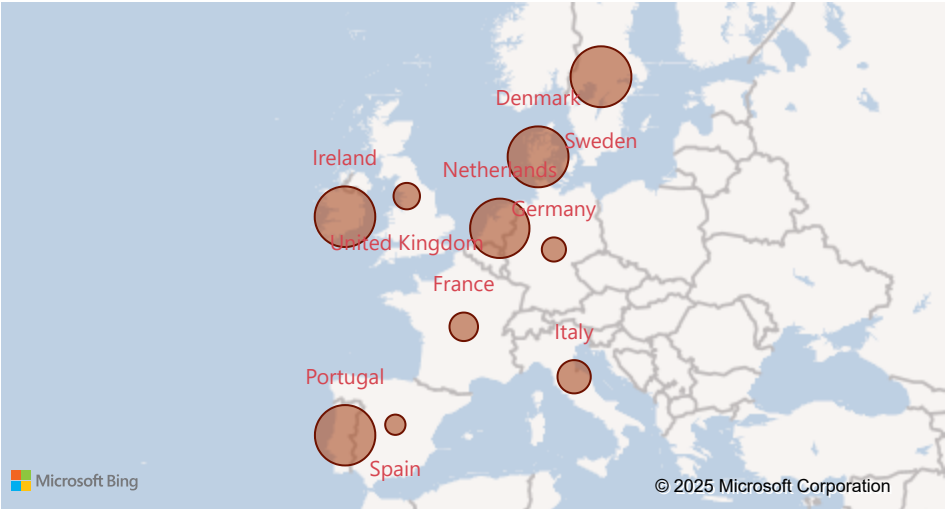
Tableau de Bord

- Accueil
- Corrélation
- Produits
- Clients
- Géographie
- Analyse

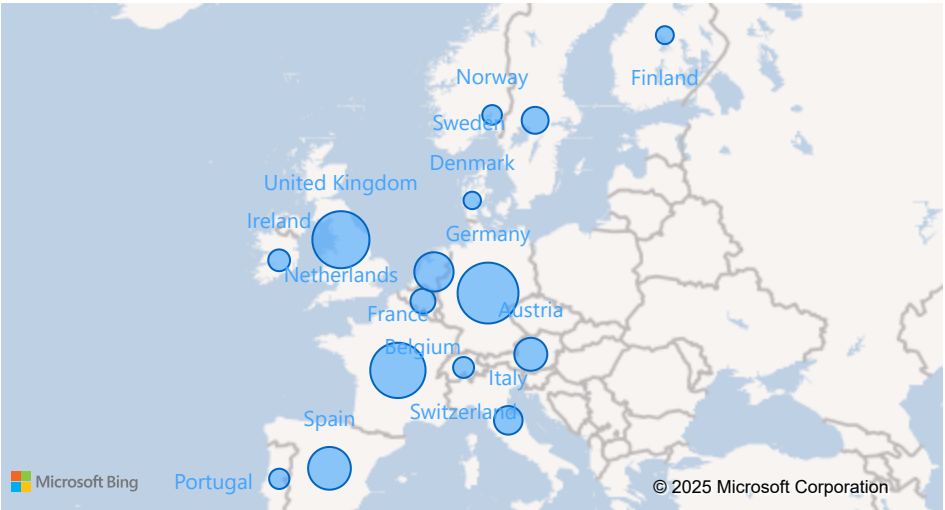
Furniture      Office Supplies      Technology      Consumer      Corporate      Home Office

Country	Somme de Sales	Somme de Quantity	Somme de Profit
Netherlands	\$70 313	1526	-30894
Sweden	\$30 490	753	-12127
Ireland	\$15 998	392	-6886
Portugal	\$15 106	286	-5647
Denmark	\$7 763	204	-3608
Finland	\$20 702	201	3908
Norway	\$20 529	261	5167
Switzerland	\$24 874	308	6174
Belgium	\$42 320	532	9912
Italy	\$252 742	3612	14149
Austria	\$79 382	973	20206
Spain	\$249 402	2881	37691
France	\$609 683	7329	67995
United Kingdom	\$420 497	4917	72930
Germany	\$488 681	6179	84223
Total	\$2 348 482	30354	263193

Moyenne de Discount par Country



Somme de Profit par Country





## Tableau de Bord

### ANALYSE

#### CONTEXTE

Vous représentez une entreprise de vente au détail de produits bureautiques et informatiques. Sur la base de vos ventes produits de la période 2011-2014, vous souhaitez bénéficier de suggestions vous permettant de réduire vos coûts et augmenter vos profits

##### Corrélation et impacts

Pour débiter l'étude de votre situation nous avons testé la corrélation de l'ensemble de vos données afin de définir quels sont les indicateurs clés ayant un impact sur votre profit.

Sans surprise, votre profit est très sensible à vos performances de vente.

Inversement, celui-ci est très fortement impacté négativement par les remises accordées à vos clients. Dans cette situation, on pourrait estimer qu'une bonne remise peut permettre d'augmenter la taille de son panier et d'items vendus, or, la relation entre quantité vendue et profit est faible, pouvant donc laisser un biais auprès des équipes imaginant un profit potentiel en proposant des remises

#### INSIGHTS

##### La bureautique, la catégorie sûre

Les fournitures de bureau restent vos produits les plus rentables lorsque l'on cherche à faire du profit. Ils sont populaires pour l'ensemble de vos segments clients. Attention à vos produits technologiques en perte de vitesse chez vos clients travaillant à domicile (Home Office)

##### Le Bon et le Mauvais client

Notre analyse a montré un certain nombre de clients sur lesquels nous souhaitons vous alerter. Particulièrement présents dans les achats de fourniture, ces clients ont bénéficié de remises élevées, provoquant un profit négatif.

##### Une question culturelle ?

L'étude géographique montre un décalage entre vos pratiques commerciales en fonction des clients selon leur pays. Ainsi, les pays tels que la France, le Royaume Uni et l'Allemagne ne bénéficient d'aucune remises malgré des quantités d'achat élevées alors que des pays tels que les Pays Bas, l'Irlande ou la Suède ont un profit négatif et peu de ventes mais jouissent de forte remises.

#### PLAN D'ACTION RECOMMANDE

##### Les fournitures, le vilain petit canard

Afin de travailler sur votre profit, nous vous suggérons de sensibiliser vos équipes à la qualité de profit octroyé par les produits bureautiques et informatiques tout en travaillant à développer les ventes de fournitures qui sont en retrait chez vos clients particuliers.

##### Fidéliser les clients bénéfiques

Vos clients Français, Anglais et Allemands sont votre principale source de profit. Ils sont particulièrement demandeurs sans pour autant bénéficier de vos remises. Nous vous suggérons de développer une bonne relation avec eux et de les fidéliser au mieux.

##### Vigilance sur votre politique de remise

Nous l'avons constaté, l'effet des remises sur vos profits est très impactant dans le sens négatif. Nous vous suggérons de sensibiliser vos équipes à ces pratiques et de ne les appliquer que sur des produits ayant une marge élevée. Par ailleurs, nous vous recommandons de vous rapprocher des entités en charge des ventes à destination des clients à profit négatifs.