

Synthèse des KPI clés / Chiffre d'affaires, marge brute, volume de ventes et stocks

Objectif : visualiser les KPI clés et les tendances majeures par type de produits : chiffre d'affaires, marge brute, volume de ventes et stocks

Date

01/10/2022

01/10/2023

2 441 219 €

Chiffre d'Affaires

1 146 990 €

Marge brute

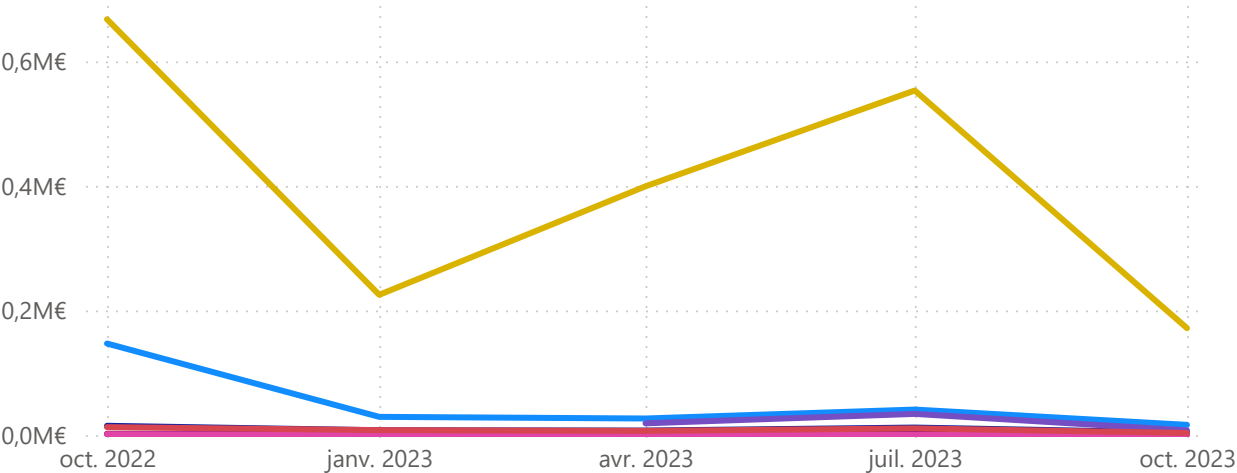
46,98 %

Taux de marge brute

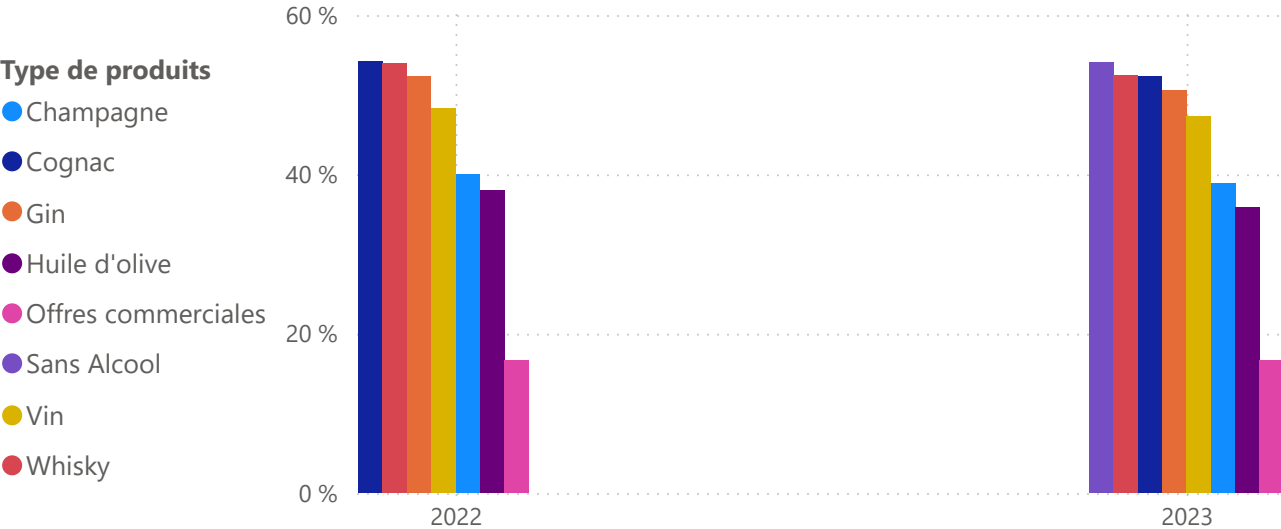
75 %

ROI moyen sur promos

Chiffre d'Affaires par Date et Type de produits



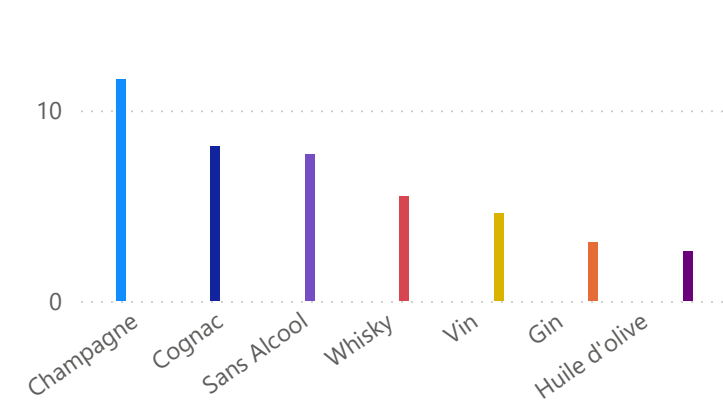
Taux de marge brute et Marge brute par Date et Type de produits



Volume de ventes par Date et Type de produit



Rotation moyenne des stocks par Type de produits



Total de ruptures de stocks

68

Rotation moyenne des stocks

5,03

Augmentation prix d'achat / prix historique

2,75 %

Analyse des Prix d'achat

Objectif : visualiser les évolutions de prix d'achat par type de produits et par produits par rapport à leur premier prix d'achat connu

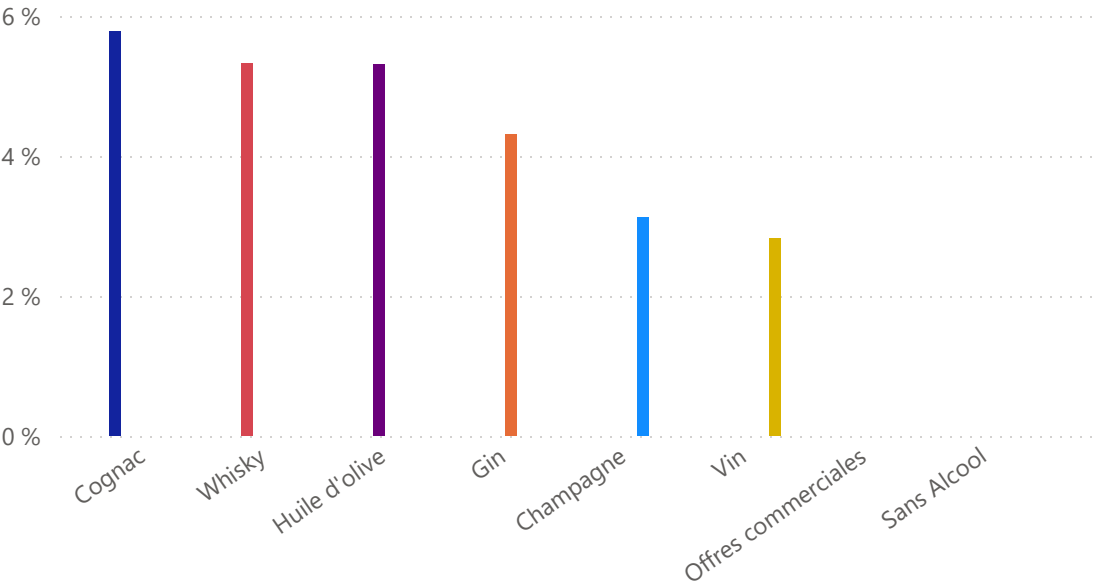
Date

01/10/2022

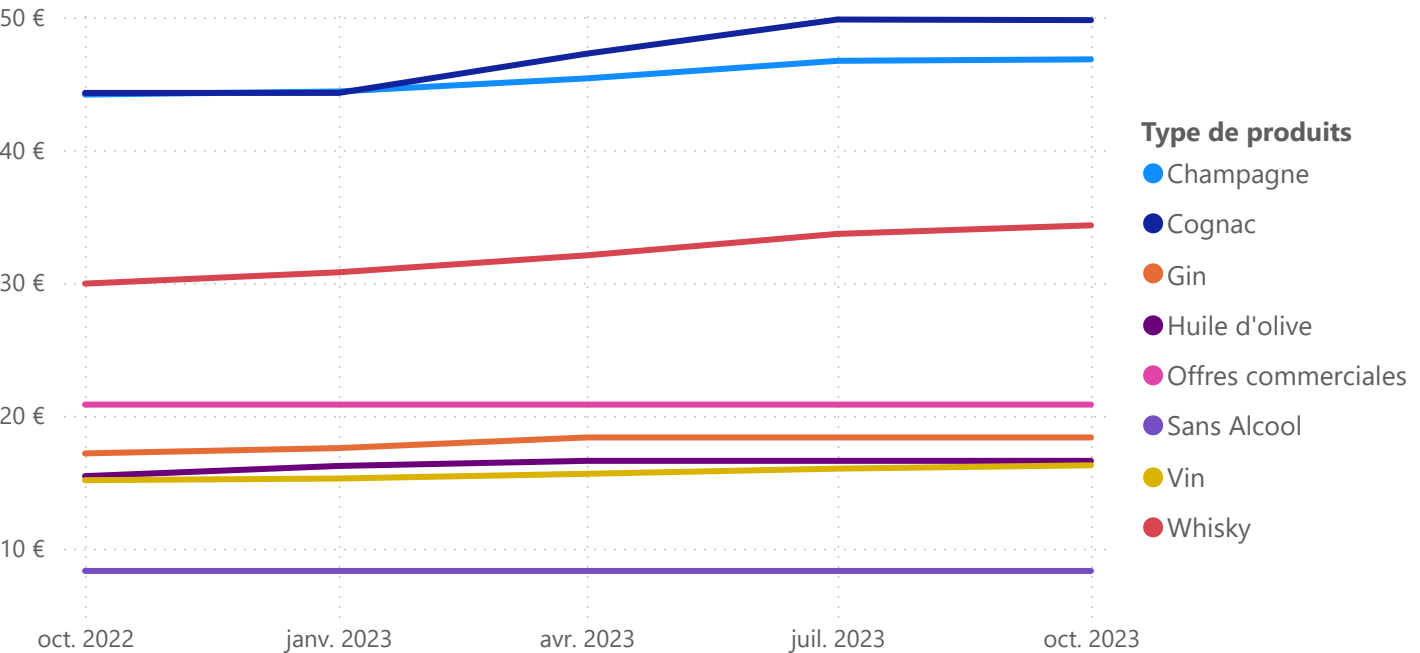
01/10/2023

Augmentation moyenne des prix d'achat par Type de produits

Par rapport à leur premier prix historique



Prix d'achat moyen par Date et Type de produits



Type de produits	UGS	Intitulé du produit	Augmentation du prix d'achat [%]	Prix d'achat courant	Prix d'achat originel
Vin	15444	gilles-robin-crozes-hermitage-mareilles-2018	27,03	15,51 €	12,21 €
Vin	16149	triennes-igp-mediterranee-rose-2019	27,03	6,11 €	4,81 €
Vin	15147	catherine-et-claude-marechal-ladoix-rouge-les-chaillots-2017	27,02	20,26 €	15,95 €
Vin	15183	camille-giroud-maranges-1er-cru-le-croix-moines-2016	27,02	23,13 €	18,21 €
Vin	15403	merieau-touraine-arpent-vaudons-2018	27,02	6,30 €	4,96 €
Vin	13520	thierry-germain-saumur-blanc-clos-romans-2022	27,00	38,24 €	30,11 €
Whisky	11585	whisky-wemyss-the-hive	26,99	29,97 €	23,60 €
Whisky	14775	wemyss-malts-single-cask-scotch-whisky-choc-n-nut-pretzel-2001	26,99	68,88 €	54,24 €
Vin	16229	domaine-saint-nicolas-fiefs-vendeens-rouge-reflets-2018	26,99	10,54 €	8,30 €
Vin	15360	domaine-huet-vouvray-petillant-2014	26,99	12,47 €	9,82 €
Vin	14527	i-fabbri-chianti-classico-terra-di-lamole-2020	26,96	12,01 €	9,46 €

Suivi des stocks

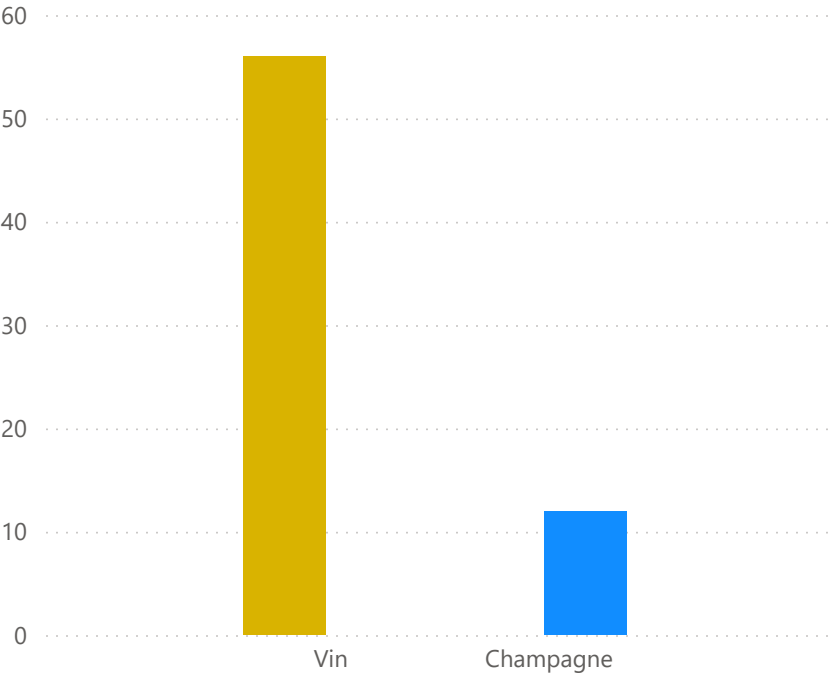
Objectif : visualiser les ruptures de stocks par type de produits et par produits

Date

01/10/2022

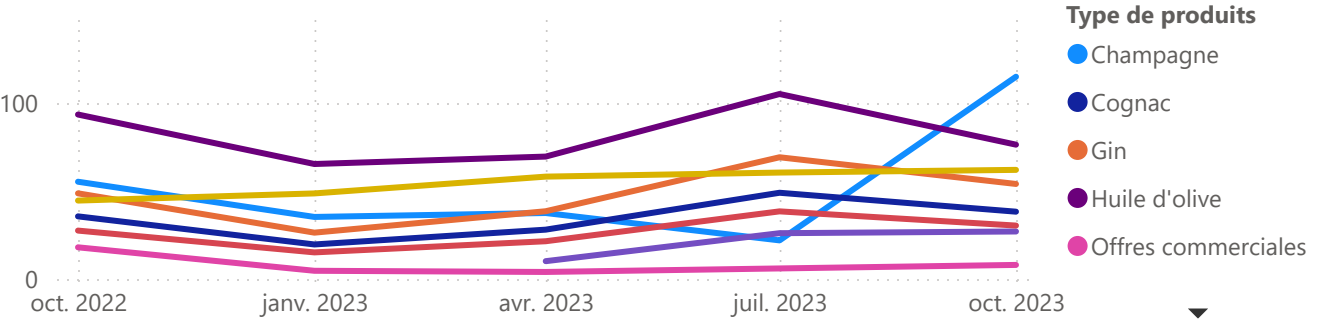
01/10/2023

Total de ruptures de stock par Type de produits

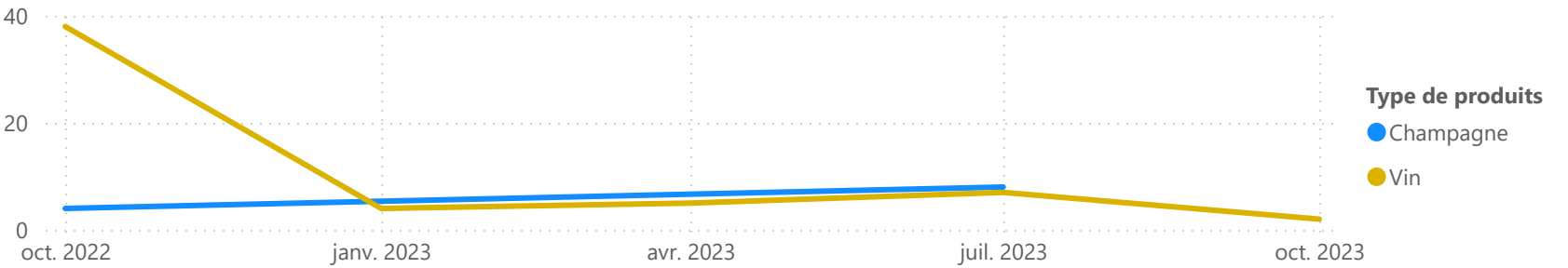


68
Total de ruptures de stock

Stock moyen par Date et Type de produits



Total de ruptures de stock par Date et Type de produits



Type de produits	UGS	Intitulé du produit	Total de ruptures de stock	Volume de ventes	Stock final
Vin	15134	christophe-pichon-saint-condrieu-2021	6	34	0,00
Vin	13078	vieux-donjon-chateauneuf-2013	4	14	0,00
Vin	13557	domaine-des-terres-docre-saint-pourcain-rouge-instant-t-2020	4	16	0,00
Vin	15834	domaine-de-vacelli-ajaccio-blanc-sirocco-2017	4	24	0,00
Champagne	11225	champagne-larmandier-bernier-terre-de-vertus-premier-cru-2011	3	40	0,00
Champagne	13599	champagne-mailly-grand-cru-blanc-de-pinot-noir	3	43	0,00
Champagne	15648	champagne-mailly-grand-cru-extra-brut-2012	3	57	0,00
Champagne	531	champagne-petit-lebrun-fils-blanc-de-blancs-grand-cru	3	57	0,00
Vin	15415	mas-laval-igp-pays-herault-pampres-blanc-2018	2	83	0,00
Vin	16129	decelle-villa-nuits-st-georges-rouge-2016	2	10	0,00

Performance Commerciale

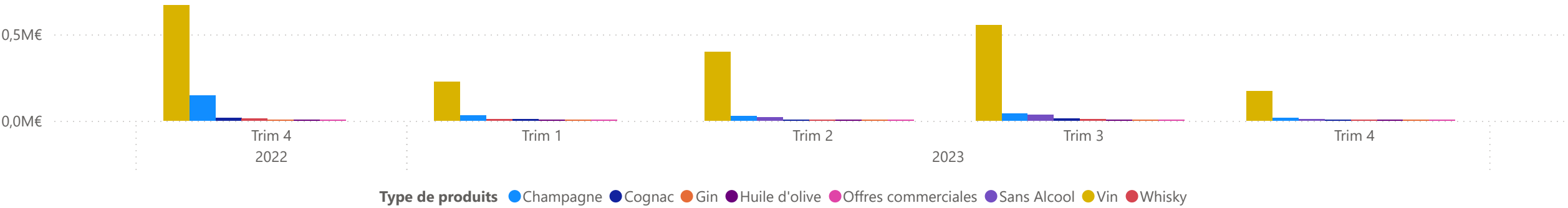
Objectif : visualiser les évolutions du chiffre d'affaires, de la marge brute et du volume de vente par type de produits et par produits

Date

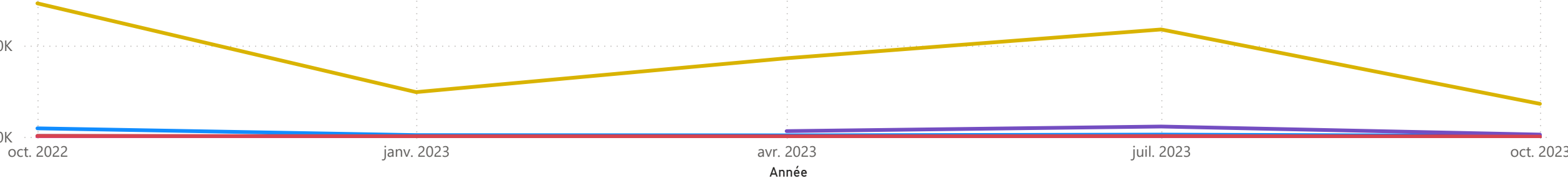
01/10/2022

01/10/2023

Chiffre d'affaires, Marge brute et Taux de marge brute par Date et Type de produits



Volume de ventes par Date et Type de produits



Type de produits	UGS	Intitulé du produit	Taux de marge brute	Marge brute	Volume de ventes	Chiffre d'affaires
Sans Alcool	30031	Pierre-Chavin,-Pierre-Zéro,-Merlot	60,94 %	1 054 €	182	1 729 €
Sans Alcool	30023	Bellini-Canella,-sans-alcool	60,94 %	214 €	26	351 €
Sans Alcool	30016	BTTR-n°1	60,94 %	2 154 €	118	3 534 €
Sans Alcool	30014	JNPR,-N°-2,-spiritueux-premium-sans-alcool	60,94 %	1 772 €	91	2 907 €
Sans Alcool	30036	Martini-Floreale	59,38 %	436 €	67	734 €
Sans Alcool	30000	Panier-So-Jennie-Blanc-Dry-vin-effervescent-sans-alcool	59,37 %	1 405 €	79	2 366 €
Sans Alcool	30020	Brut-gingembre	59,37 %	390 €	66	657 €
Sans Alcool	30030	Le-Merlot-sans-alcool	59,37 %	557 €	118	938 €
Sans Alcool	30025	Nozero -Édition-spéciale -Spritz-sans-alcool	59,37 %	1 015 €	118	1 710 €

Suivi des Promotions

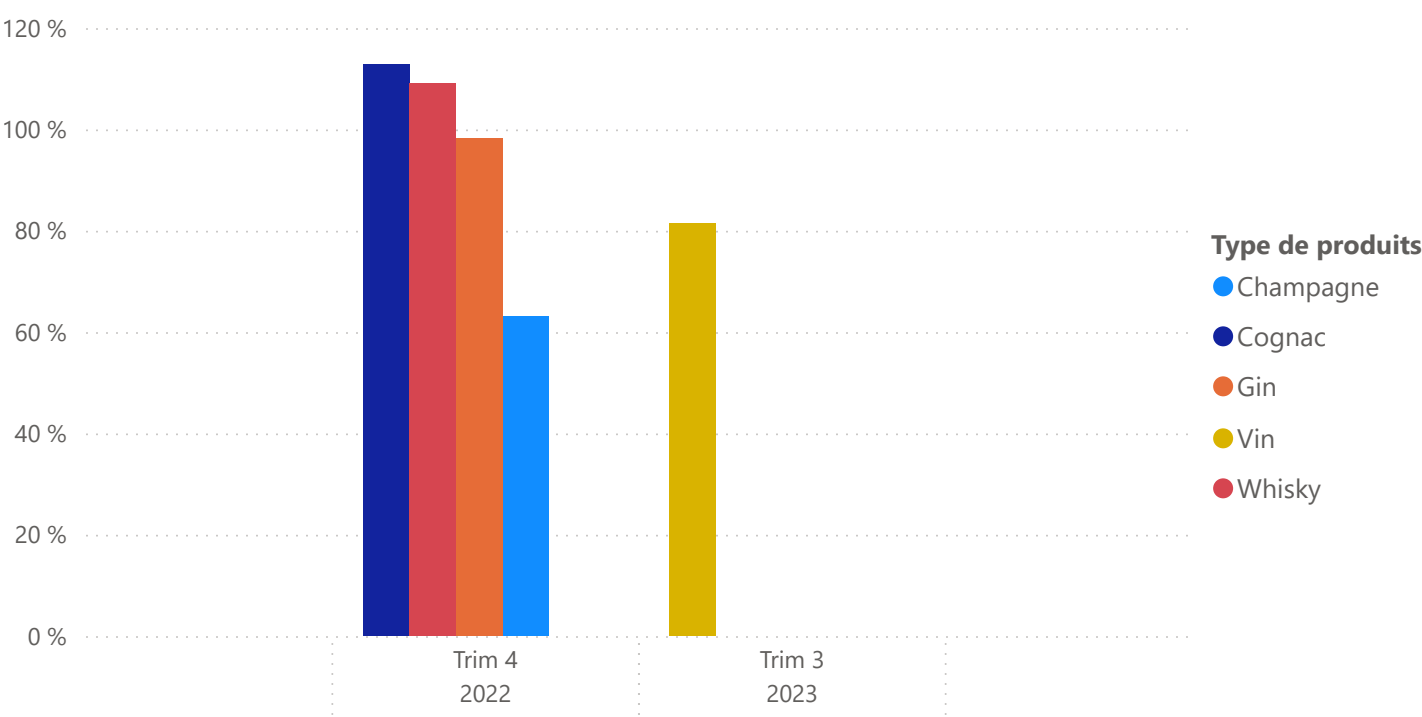
Objectif : visualiser l'efficacité des promotions à travers leur retour sur investissement par type de produits et produits

Date

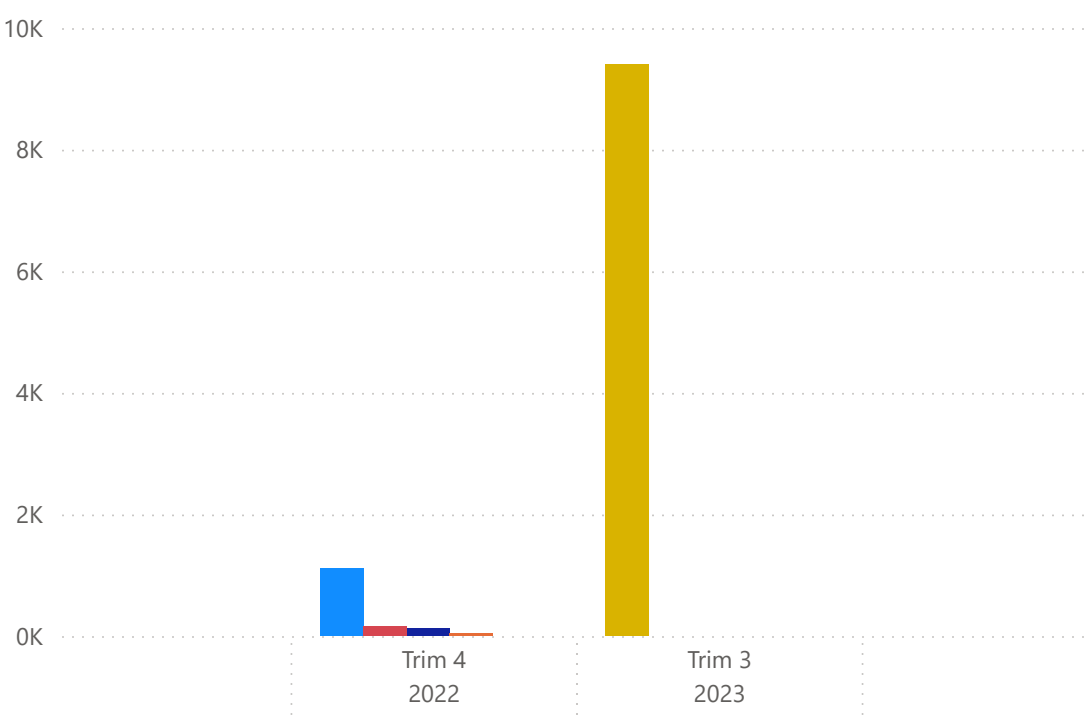
01/10/2022

01/10/2023

ROI sur promos par Date et Type de produits



Volume de ventes sur promos par Date et Type de produits



Type de produits	UGS	Intitulé du produit	ROI sur promos	Volume de ventes / promos	Chiffre d'affaires / promos	Coût des promos	Coûts d'achat
Whisky	14774	wemyss-malts-single-cask-chocolate-moka-cake	124 %	3,00	279,00 €	3,00 €	121,47 €
Cognac	7819	cognac-frapin-chateau-de-fontpinot-1989-20-ans	124 %	12,00	1 884,00 €	12,00 €	828,96 €
Cognac	3510	cognac-frapin-vip-xo	122 %	9,00	1 584,00 €	9,00 €	704,25 €
Cognac	3506	cognac-frapin-vsop	122 %	9,00	562,50 €	9,00 €	244,89 €
Whisky	14775	wemyss-malts-single-cask-scotch-whisky-choc-n-nut-pretzel-2001	121 %	9,00	1 098,00 €	9,00 €	488,16 €
Whisky	15227	whisky-kingsbarns-lowland-single-malt	119 %	6,00	342,00 €	6,00 €	150,48 €
Cognac	3509	cognac-frapin-cigar-blend	118 %	15,00	1 560,00 €	15,00 €	700,65 €
Whisky	11467	whisky-wemyss-peat-chimney	115 %	15,00	742,50 €	15,00 €	330,15 €

1. Optimisation des Stocks

Recommandation :

- Repérer les catégories de produits et les produits qui connaissent des ruptures de stocks fréquents.

Explication :

- Une analyse détaillée des ruptures de stocks permet de visualiser les produits concernés. Une rupture de stock, ce sont des ventes potentielles non réalisées et du chiffre d'affaires non optimisé. En identifiant les produits régulièrement en rupture et en augmentant leur stock moyen, nous pouvons limiter leur incidence.

2. Amélioration des Marges

Recommandation :

- Négocier des prix d'achat plus avantageux avec les fournisseurs pour les produits clés afin d'augmenter la marge brute.

Explication :

- Les données peuvent révéler que les marges brutes sur certains produits clés sont en déclin en raison de hausses de prix d'achat non compensées par des ajustements de prix de vente. Des négociations avec les fournisseurs peuvent permettre de récupérer ces marges.

3. Optimisation des Campagnes Promotionnelles

Recommandation :

- Analyser le retour sur investissement (ROI) des campagnes promotionnelles et ajuster les stratégies de promotion en se concentrant sur les campagnes à haut ROI.

Explication :

- L'analyse des campagnes promotionnelles peut révéler que certaines campagnes ont un ROI bien supérieur à d'autres. En identifiant les campagnes les plus efficaces, nous pouvons concentrer nos efforts et nos ressources sur celles-ci pour maximiser le rendement des promotions.