

Analyse des performances des ventes et recommandations d'un Superstore Giant

Introduction

Ce rapport a pour objectif d'analyser les performances des ventes d'une entreprise, en mettant l'accent sur les indicateurs clés (ventes, marges) par région, catégorie, et période. Les analyses ont été réalisées à partir du Superstore Dataset, et le tableau de bord interactif créé dans Excel a servi à extraire les informations clés.

Analyse des résultats

A. Analyse des ventes globales

1. **Total des ventes :**
Le chiffre d'affaires total est de **2 297 200,86**.
2. **Catégories avec le plus de ventes :**
 - **Technologie** : Principalement la sous-catégorie "Phones".
 - **Fourniture** : Principalement la sous-catégorie "Chairs".
 - **Office Supplies** : Principalement la sous-catégorie "Storage".
3. **Régions avec le plus de ventes :**
 - **Ouest** et **Est** dominant en termes de ventes.

B. Analyse des marges

1. **Régions avec les marges les plus faibles :**
 - **Central** et **South** ont les marges les plus faibles.
2. **Catégories avec les marges les plus faibles :**
 - La catégorie **Furniture** est problématique :
 - **Négatif dans la région Centrale.**
 - **Faible dans la région Est.**
 - **Hypothèses possibles :**
 - Coûts élevés liés à la logistique ou à l'acquisition des matériaux dans certaines régions.
 - Le prix de vente est peut-être trop bas pour cette catégorie.

C. Performances par région

Les performances détaillées par région révèlent des disparités significatives :

Région	Ventes(en \$)	Marge(en \$)	Observations
Centre	501 239,89	39 706,36	Faible marge malgré des ventes importantes.
Est	678 781,24	91 522,78	Bon équilibre entre ventes et marges.
Sud	391 721,90	46 749,43	Marges faibles comparées aux autres régions.
Ouest	725 457,82	108 418,45	Région dominante avec les meilleures marges.

D. Analyse temporelle

L'analyse des ventes et des marges par année montre une tendance positive dans le temps. Voici un résumé des performances annuelles :

Année	Ventes(en \$)	Marge(en \$)	Observations
2014	484 247,50	49 543,97	Année de référence avec des marges modestes.
2015	470 532,51	61 618,60	Stabilité des ventes, amélioration des marges.
2016	609 205,60	81 795,17	Forte croissance des ventes et des marges.
2017	733 215,26	93 439,27	Meilleure année en termes de ventes et marges.

- **Observations principales :**

- Les ventes et les marges augmentent de manière significative chaque année.
- 2016 et 2017 montrent une accélération de la croissance, ce qui pourrait indiquer un meilleur alignement entre la stratégie marketing et les préférences des clients.

Recommandations

1. **Améliorer les marges dans les régions Central et South :**
 - Identifier les causes des faibles marges (ex. : logistique, coûts élevés, prix bas).
 - Réviser la stratégie de prix pour la catégorie Furniture dans ces régions.
2. **Capitaliser sur les performances des régions West et East :**
 - Consolider la domination de ces régions en augmentant la distribution et les campagnes marketing.
3. **Analyser les tendances temporelles :**
 - Identifier les périodes de forte demande et planifier des promotions ou campagnes marketing spécifiques.
4. **Optimisation des coûts pour la catégorie Furniture :**
 - Réduire les coûts logistiques ou négocier avec les fournisseurs pour améliorer la rentabilité.

Conclusion

L'analyse met en lumière des performances variées selon les régions et les catégories. Les régions West et East sont des piliers de succès, tandis que Central et South nécessitent une attention particulière pour améliorer les marges. La tendance temporelle est encourageante, avec une croissance des ventes et des marges, surtout en 2016 et 2017.