

Rapport d'Analyse – Amazon Product Sales

1. Contexte

Ce rapport repose sur des données extraites de ventes de produits Amazon, issues du dataset Kaggle : <https://www.kaggle.com/datasets/kirlosmagdy/amazon-product-sales>

Les données ont été nettoyées, analysées et visualisées avec **Power BI Desktop**.

Objectif : analyser les ventes, promotions, retours clients et performances produits afin d'identifier des leviers d'amélioration.

2. Objectifs de l'analyse

- Identifier les produits et catégories les plus rentables
 - Évaluer l'impact des promotions sur les revenus
 - Comprendre la répartition des avis clients et leur influence
 - Formuler des recommandations stratégiques orientées données
-

3. Source des données

- **Source** : Kaggle – *Amazon Product Sales Dataset*
 - **Outil de visualisation** : Power BI Desktop
 - **Colonnes clés** :
product_name, category, color, availability,
number_of_sales, revenue, discount_price, full_price,
review_type, country
-

4. Indicateurs Clés

Indicateur	Valeur
Revenu total généré	24,19 M
Total des ventes (unités)	8 752

Indicateur	Valeur
Taux de produits en promotion	11,45 %
Revenu ventes hors promo	16,77 M (69,31 %)
Revenu ventes promotionnelles	7,42 M (30,69 %)

5. Analyse des ventes

Top 5 Produits les plus vendus :

1. Anker Soundcore A...
2. Oraimo FreePods ...
3. Samsung Galaxy B...
4. Xiaomi Redmi Bud...
5. Xiaomi Redmi VX...

Ces produits dépassent chacun **400 unités vendues**.

Répartition par catégorie :

- **Headphones** : 52,6 %
- **Mobile Phones** : 32,5 %
- **Power Banks** : 14,8 %

Les écouteurs dominent les ventes → forte demande confirmée.

6. Analyse des promotions

- Moins de **12 %** des produits sont remisés
- Ces produits génèrent **30,69 %** du chiffre d'affaires

Conclusion : Les promotions sont très efficaces mais sous-utilisées → **levier stratégique à activer**.

7. Analyse des avis clients

Répartition des sources :

- Majorité des produits sans avis
- Avis concentrés en **Égypte**, globalement positifs
- Peu d'avis internationaux

Tonalité des avis :

- Dominante **positive**

- Très peu d'avis **négatifs** ou **neutres**

Interprétation : bonne satisfaction client, mais **faible taux de retour**.

8. Visualisations clés utilisées (Power BI)

- Histogrammes des ventes par produit
- KPI Cards (CA, % promo, volume total)
- Graphique circulaire par catégorie
- Treemap : promo vs non promo
- Diagrammes d'avis : par source et tonalité

Ces visuels facilitent une lecture rapide et décisionnelle.

9. Recommandations stratégiques

Domaine	Action recommandée
Produits phares	Consolider les stocks, campagnes marketing ciblées
Produits peu vendus	Activer des promotions, améliorer visuels/description
Promotions	Étendre les remises, tester par A/B testing
Avis clients	Incitatifs à l'évaluation (ex. réduction, fidélité)
Déploiement international	Tester les best-sellers hors Égypte

10. Limites et axes d'amélioration

- Pas de **date de vente** → pas d'analyse temporelle possible
- Aucun **canal de vente** mentionné (online/offline)
- Manque de **feedback client** sur certains produits

Amélioration suggérée : enrichir la base avec :

date_vente, canal, note_utilisateur, etc.

11. Conclusion

L'analyse révèle :

- Des **produits leaders solides**

- Une **sensibilité aux promotions** sous-exploitée
- Une **satisfaction client élevée**

Recommandation globale : renforcer l'approche data-driven, enrichir les données disponibles et activer davantage les leviers marketing.

Projet réalisé à partir de :

- **Kaggle Dataset** (Amazon Product Sales)
- **Power BI Desktop** pour l'analyse et la visualisation