

# Analyse des Ventes et Comportement Client chez Lapage librairie

---

Lara Sid Ahmed

# Contexte

Transition de Lapage  
d'une librairie physique à  
une plateforme de vente  
en ligne.

A photograph of two overlapping bar charts on a light blue background. The top chart shows sales data for three quarters (Q1, Q2, Q3) with values decreasing from approximately 1,000 in Q1 to 700 in Q3. The bottom chart shows sales data for four quarters (Q2, Q3, Q4) with values decreasing from approximately 900 in Q2 to 600 in Q4. The bars are colored blue and green.

1,000

# Mission

Évaluer les indicateurs de vente et analyser le comportement des clients en ligne.

# Analyse des différents indicateurs de vente

4

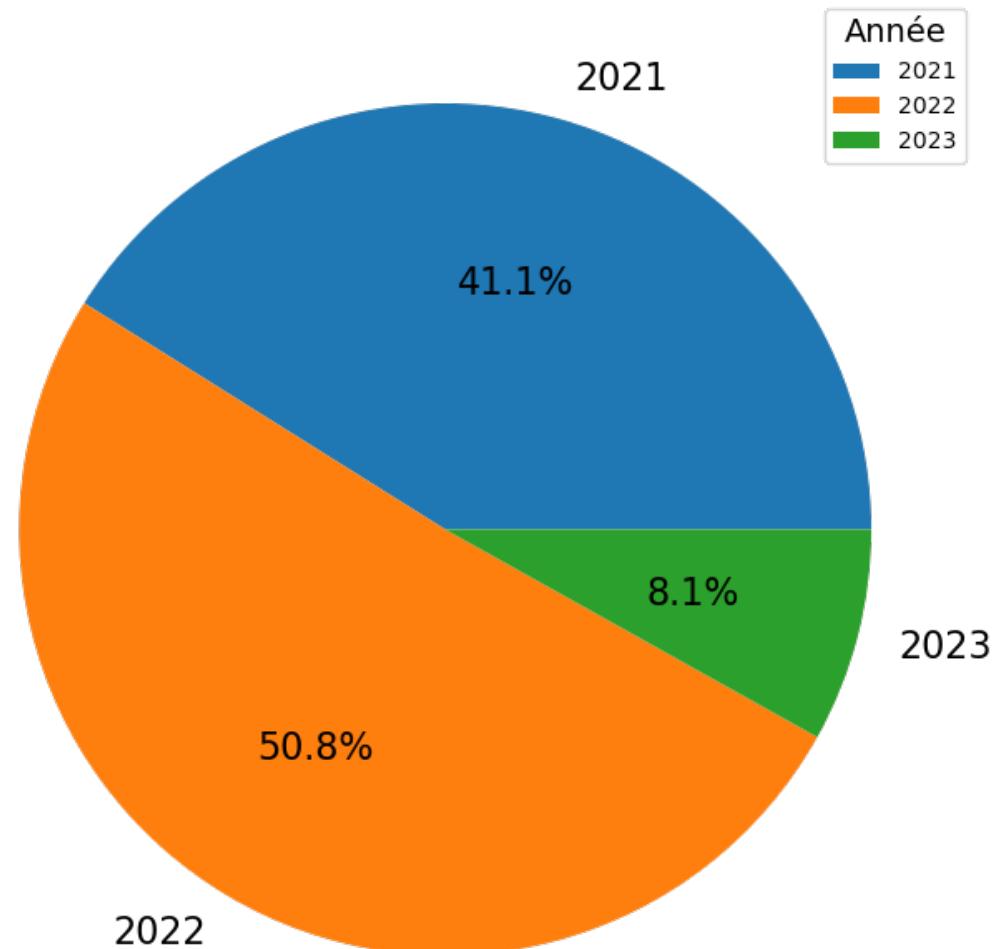


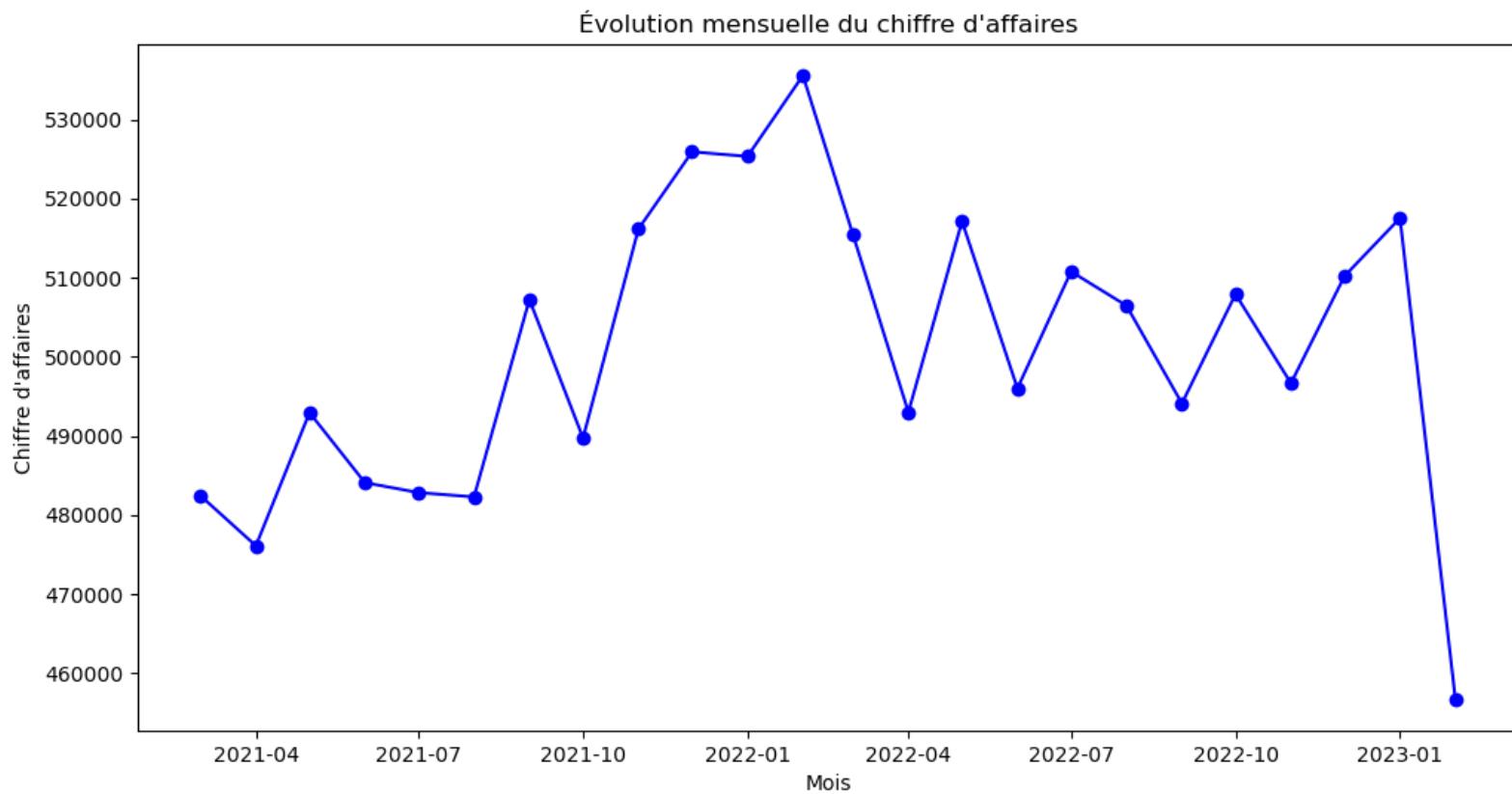
# I – Analyse du Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires total :  
**12027663 €**

## I.I Répartition du chiffre d'affaire par an

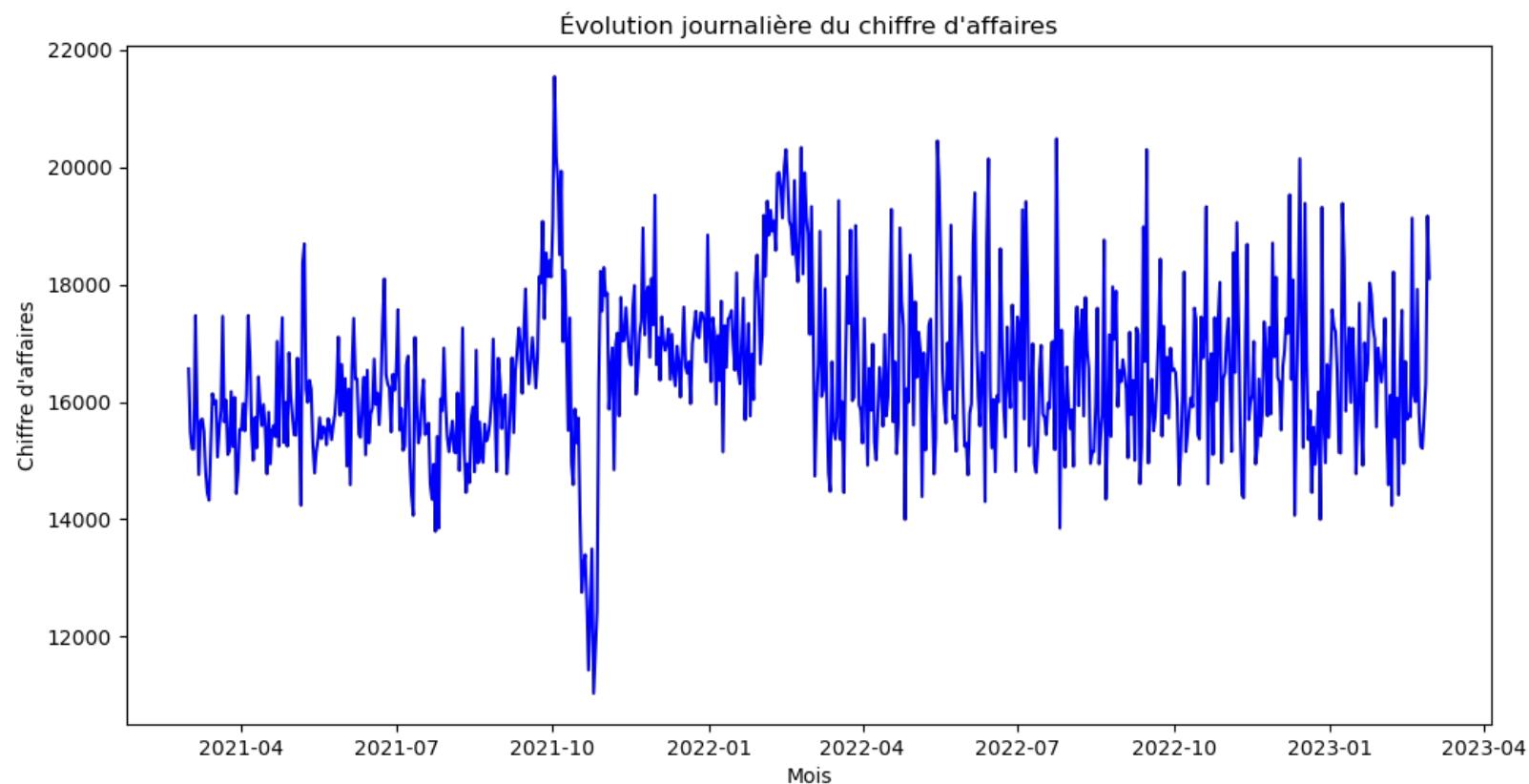
Répartition du Chiffre d'affaires par an



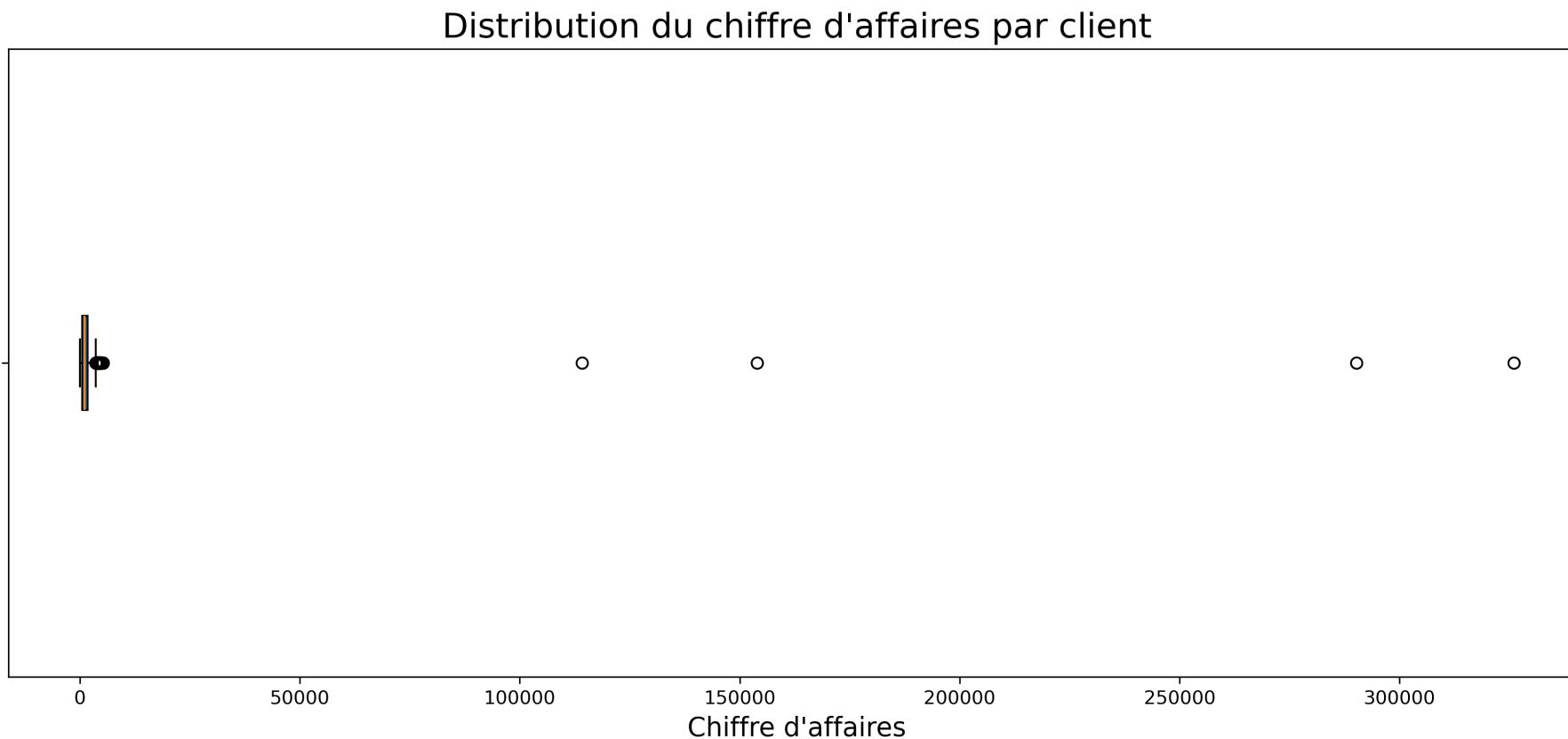


I.2 – Evolution du chiffres d'affaire par mois

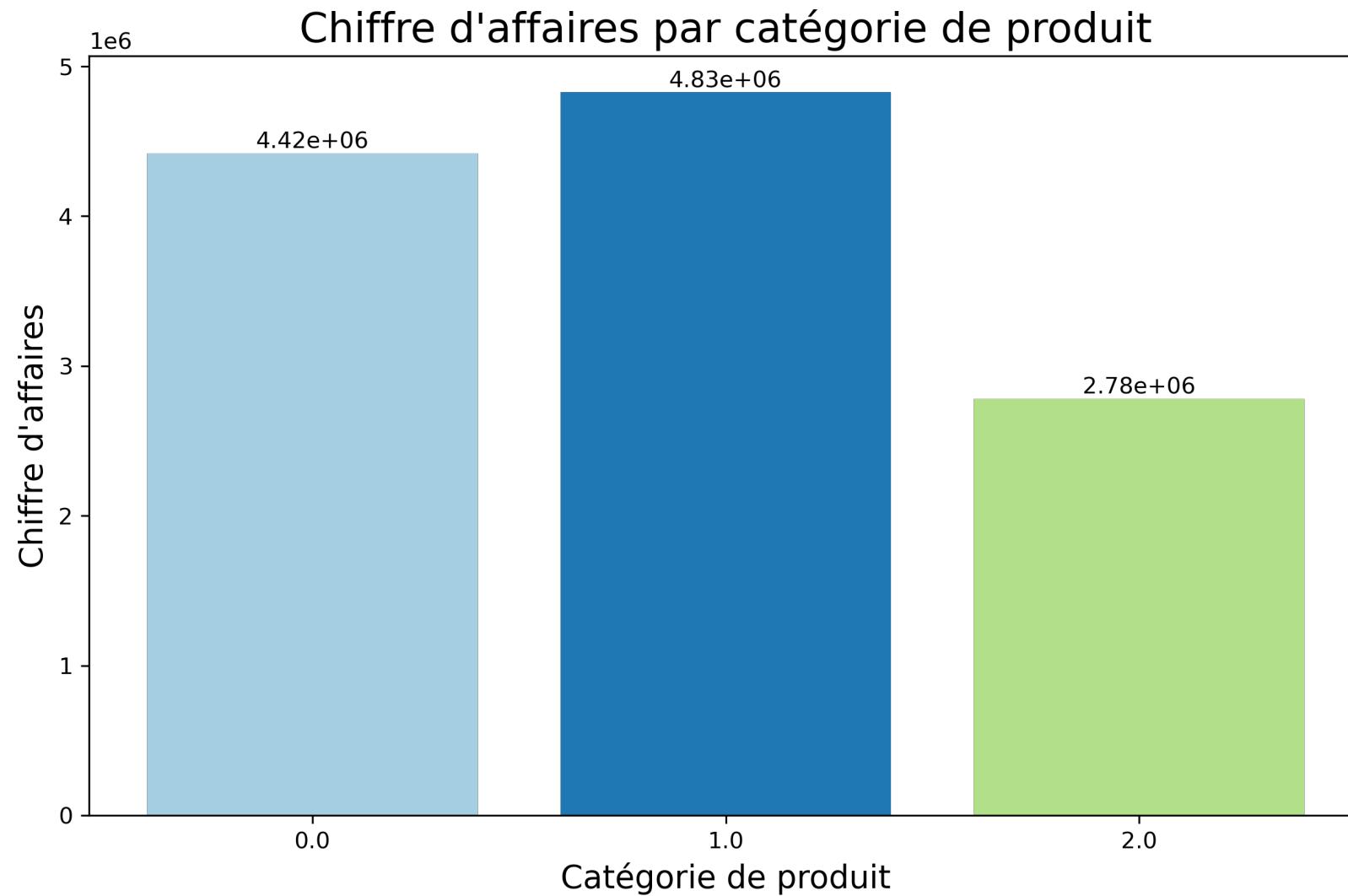
## I.3 – Evolution du chiffres d'affaire par jour

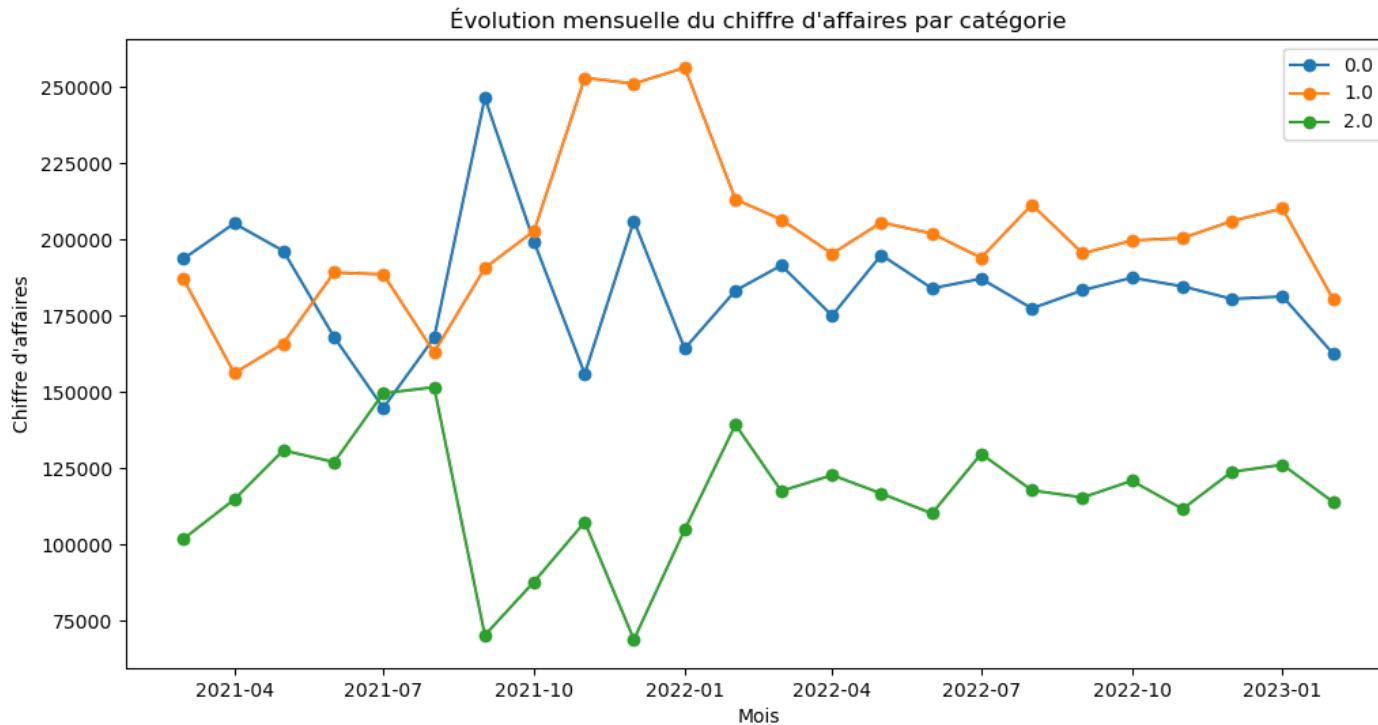


## I.4 Chiffre d'affaires : par client



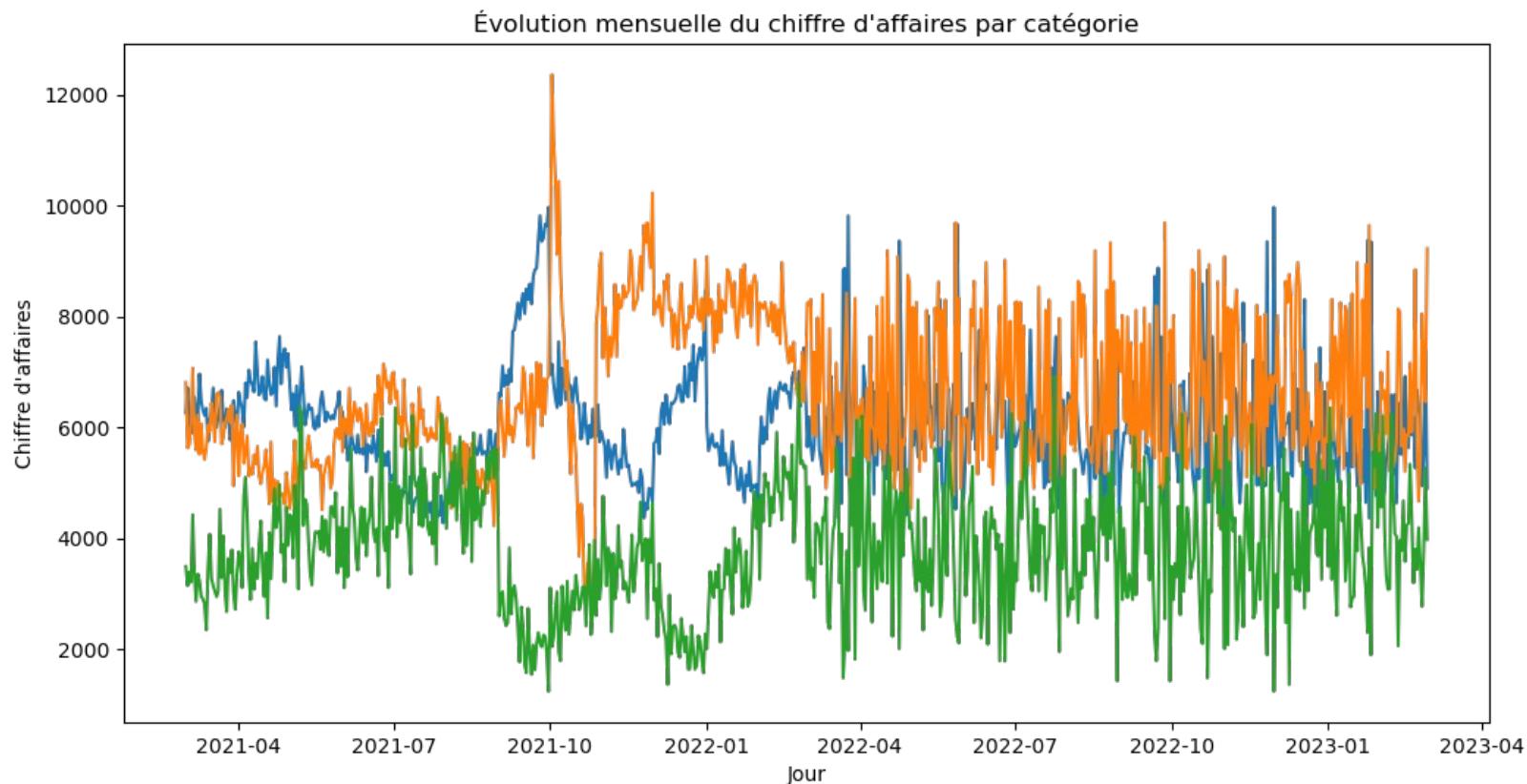
I.5 Chiffre d'affaires : par catégorie





I.6 – Evolution du chiffres d'affaire par catégorie par mois

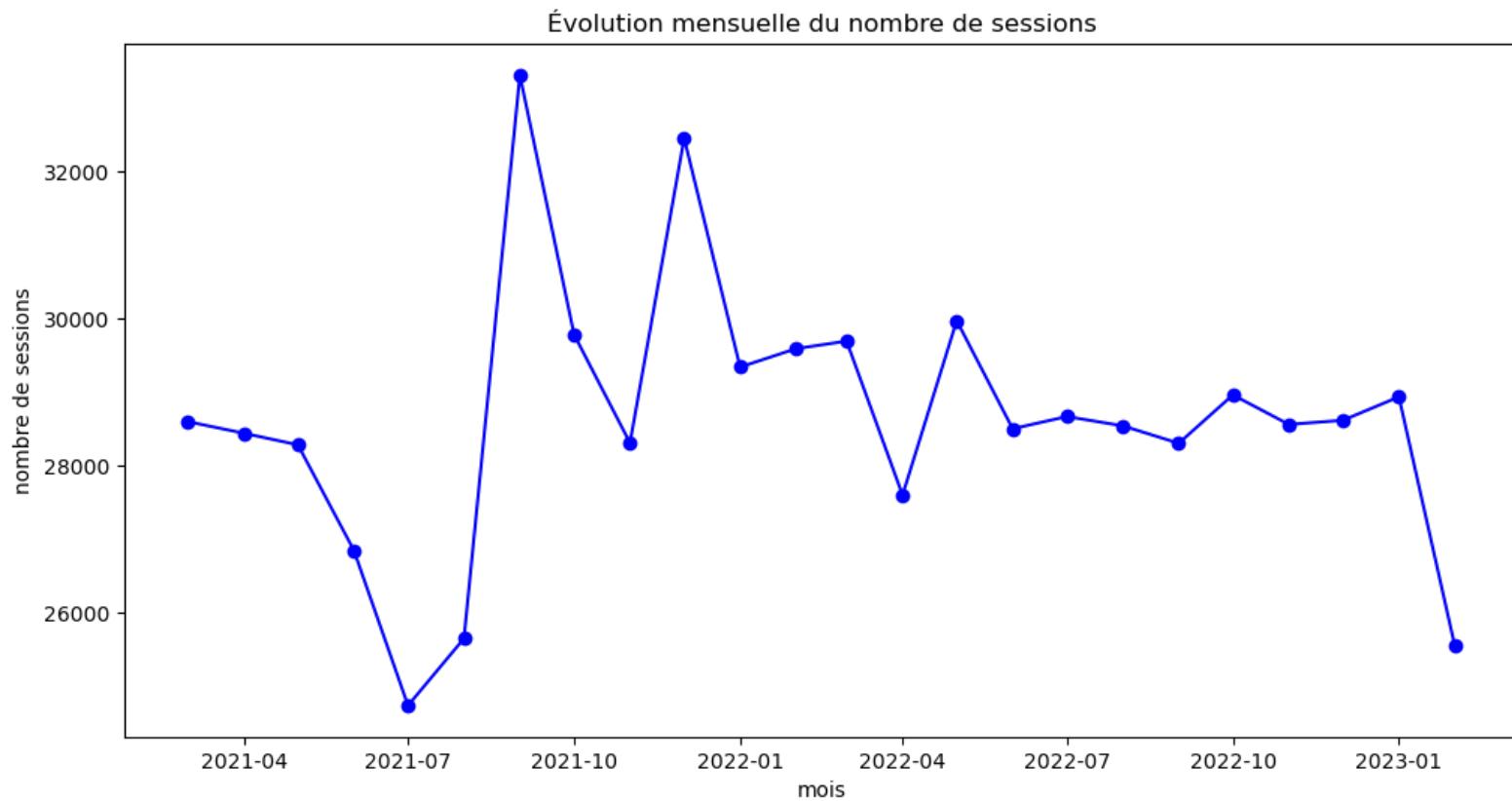
## I.7 – Evolution du chiffres d'affaire par catégorie par jour



## 2 – Analyse des sessions clients

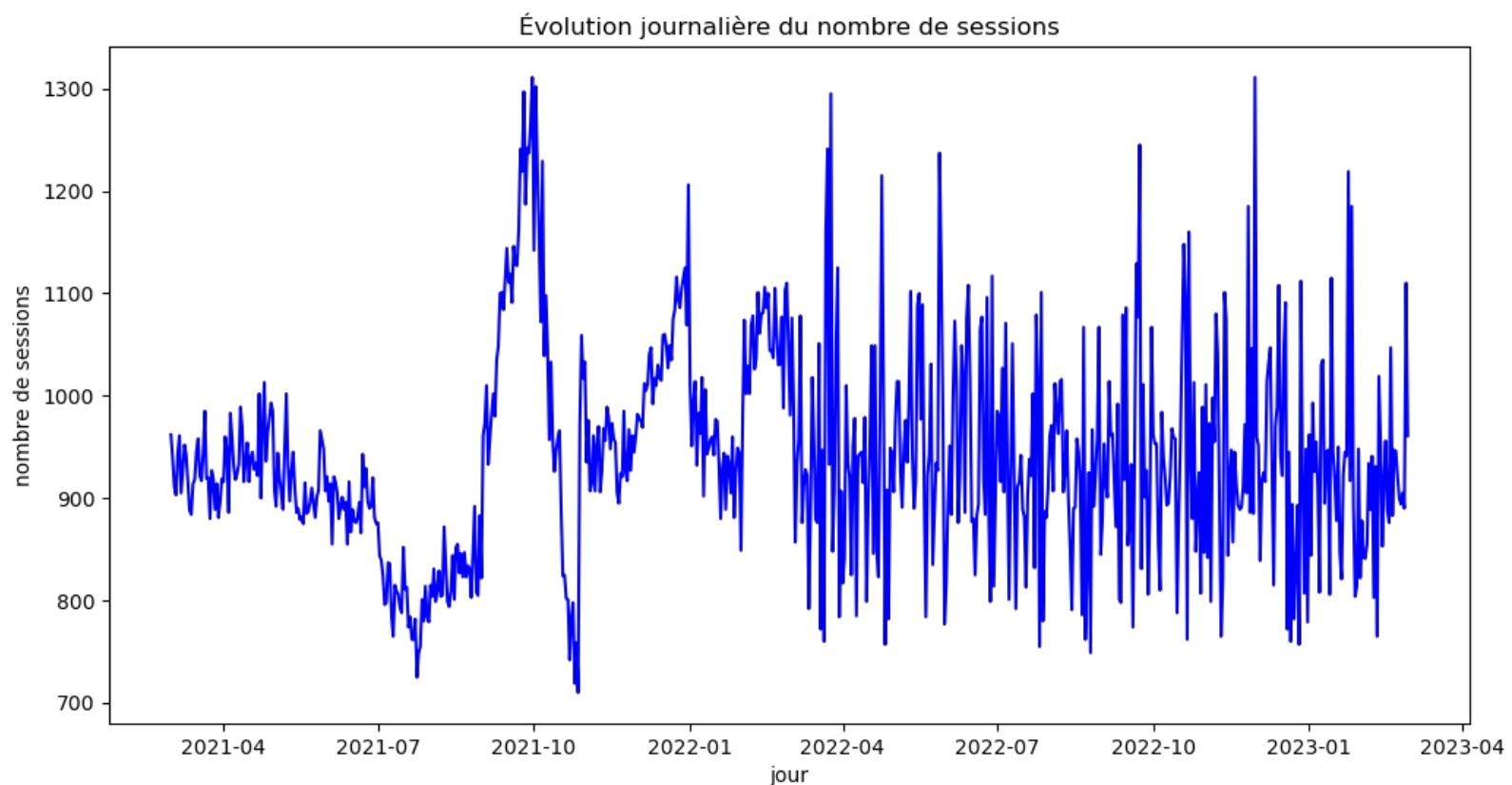
Nombre de sessions total :

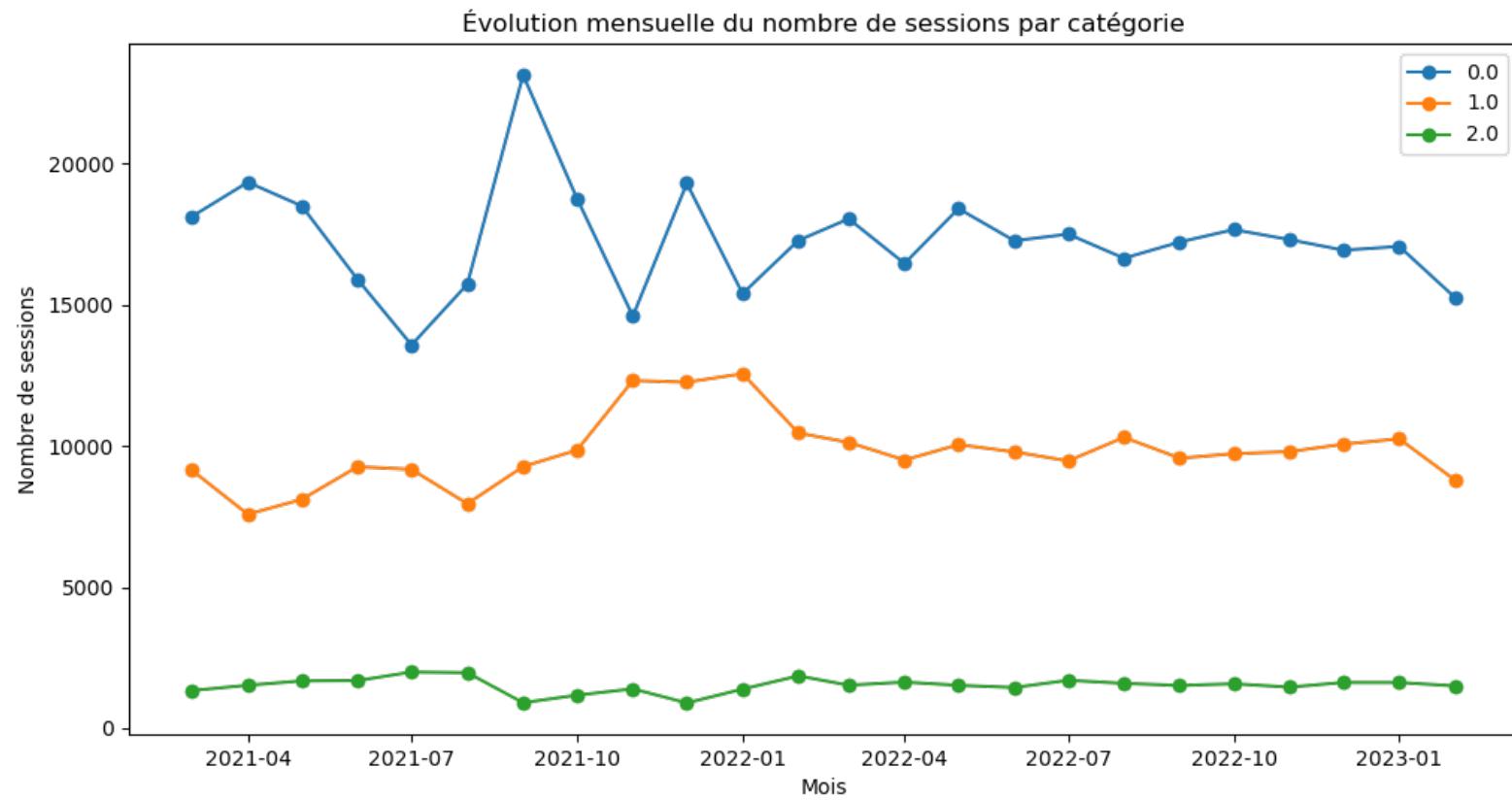
**687534**



## 2.1 – Evolution des sessions client par mois

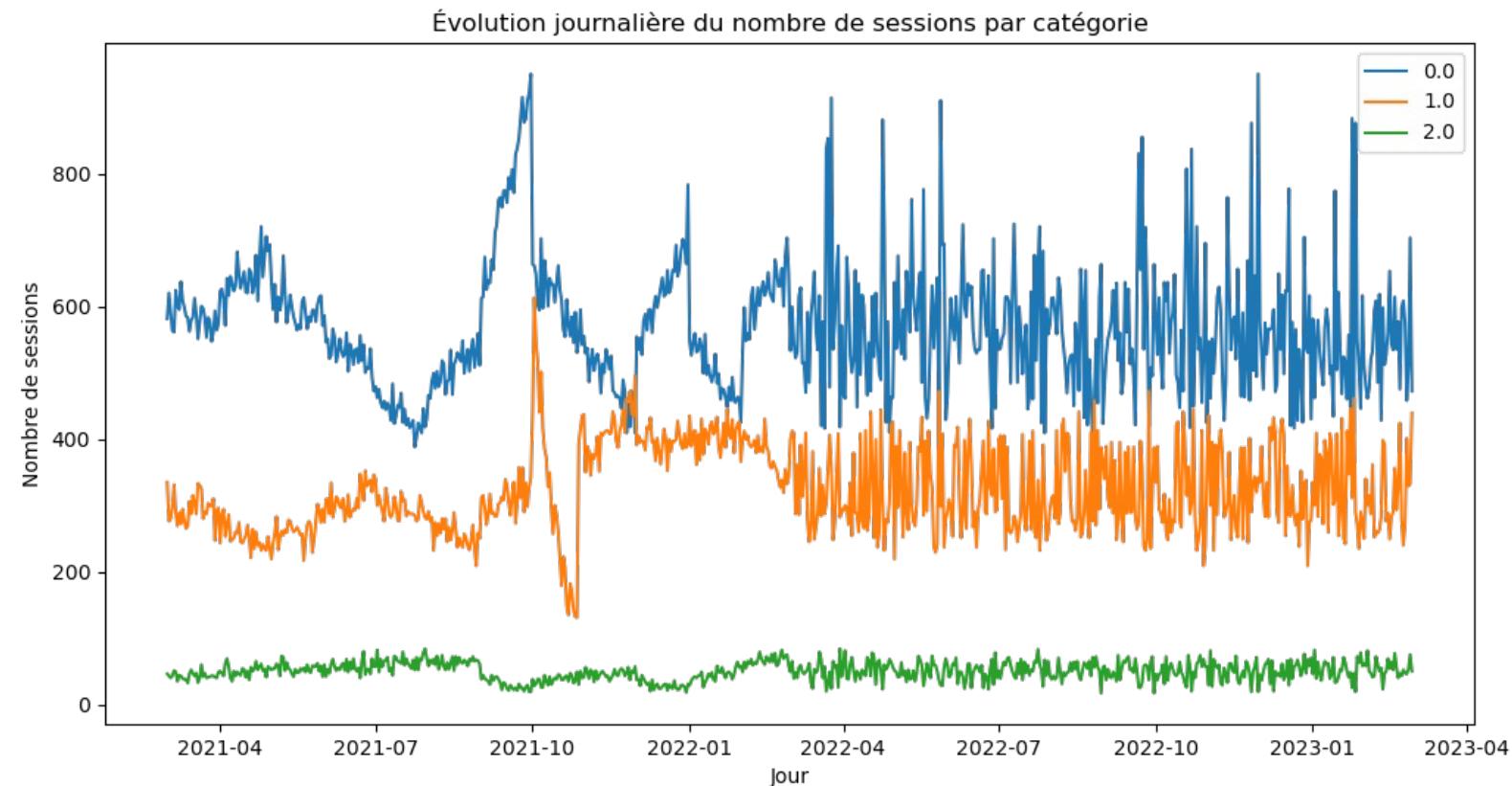
## 2.2 – Evolution des sessions client par mois





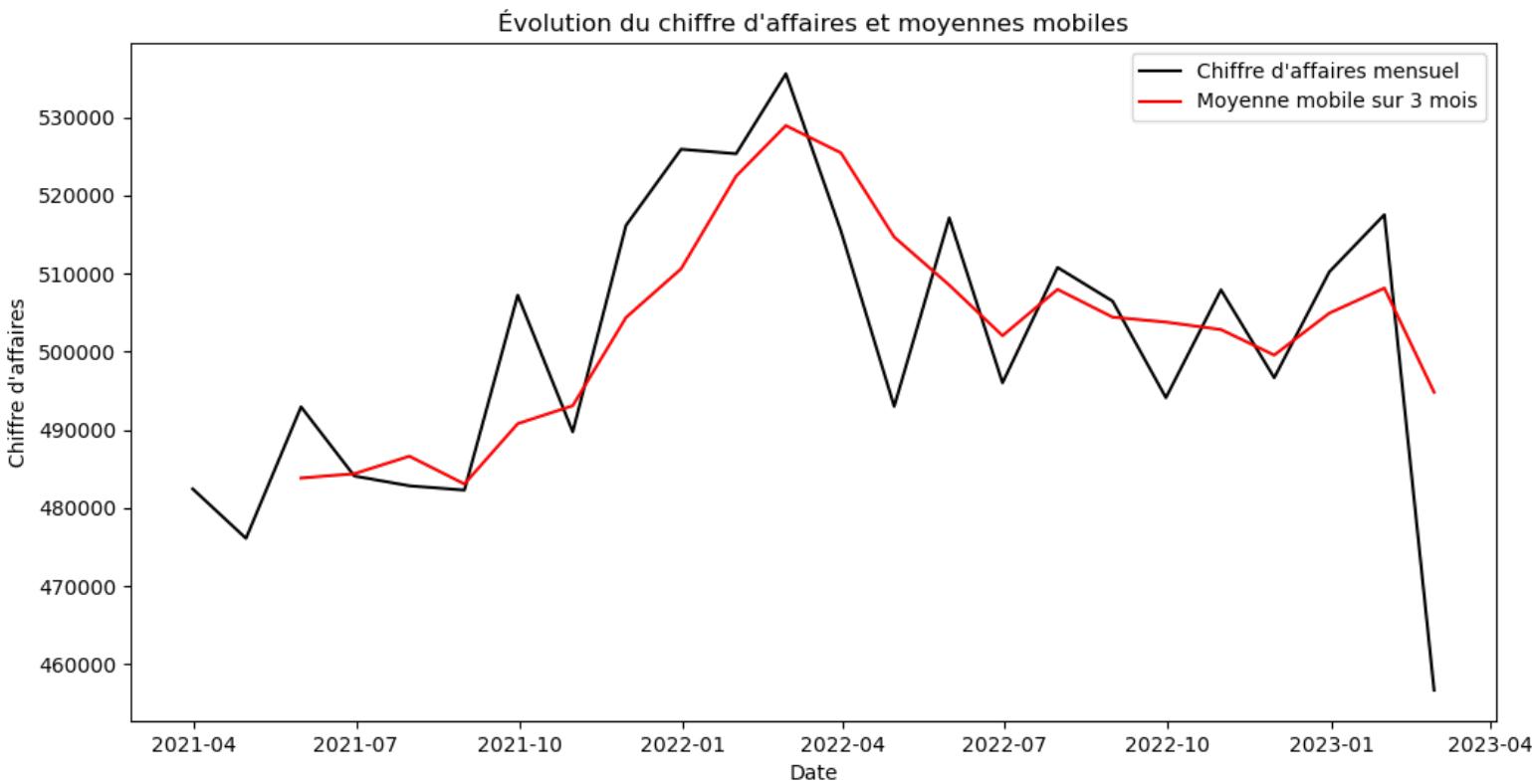
2.3 – Evolution des sessions client par catégorie par mois

## 2.4 – Evolution des sessions client par catégorie par jour

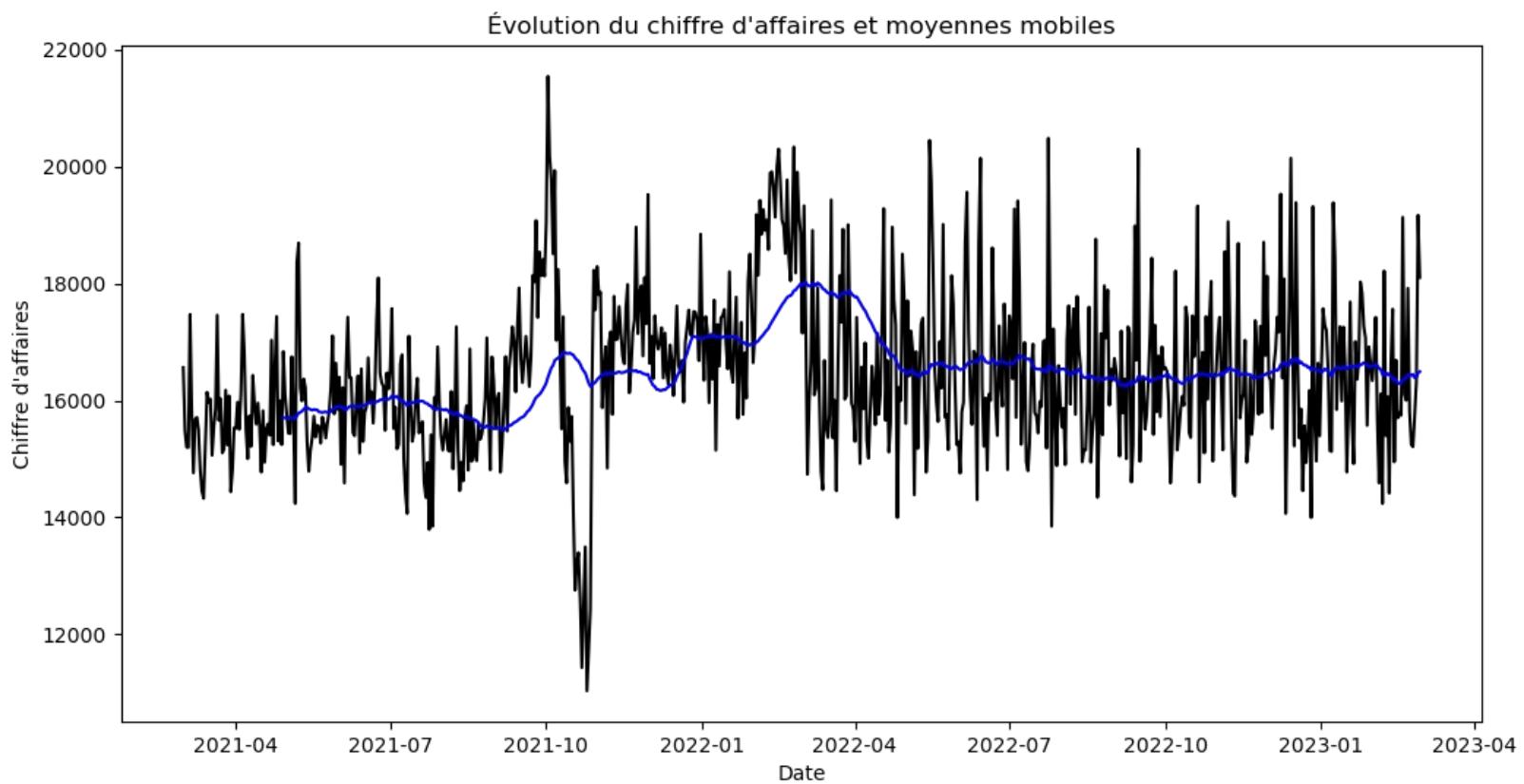


# Analyse des indicateurs de vente

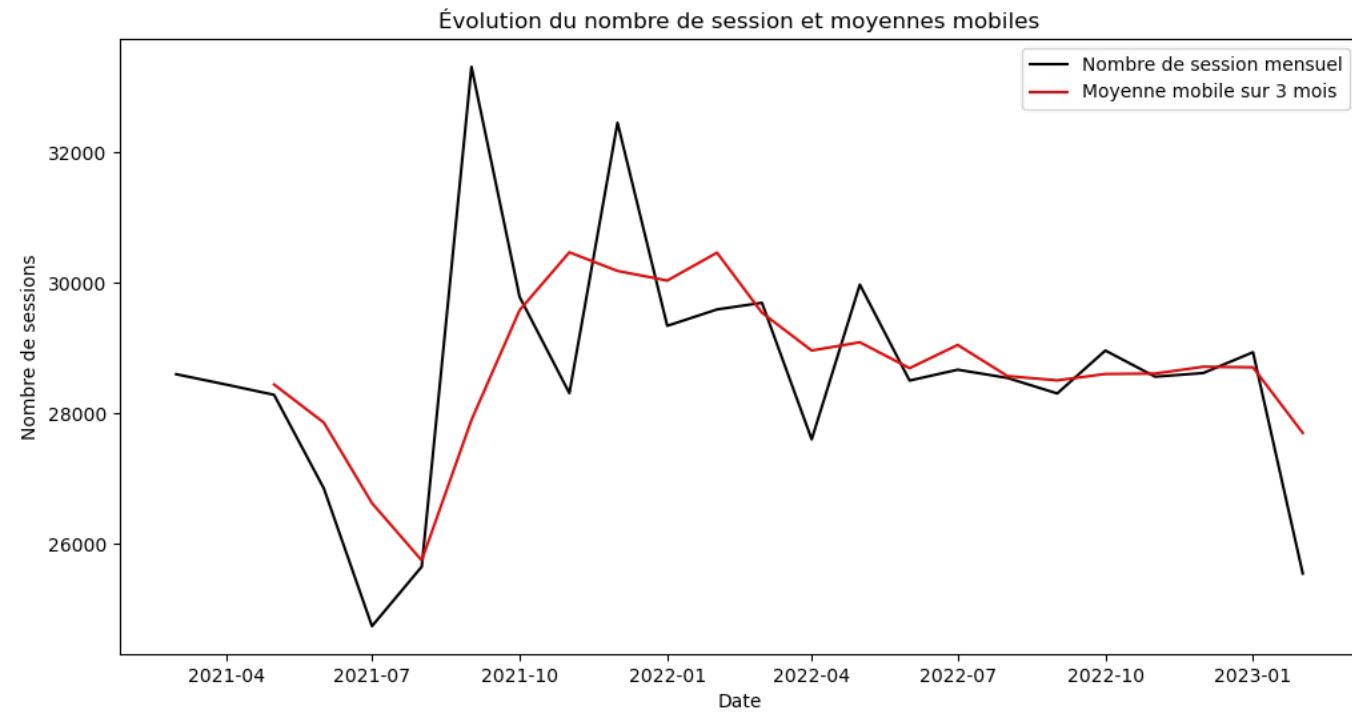




I.I Moyenne  
mobile du  
chiffre  
d'affaires  
par mois

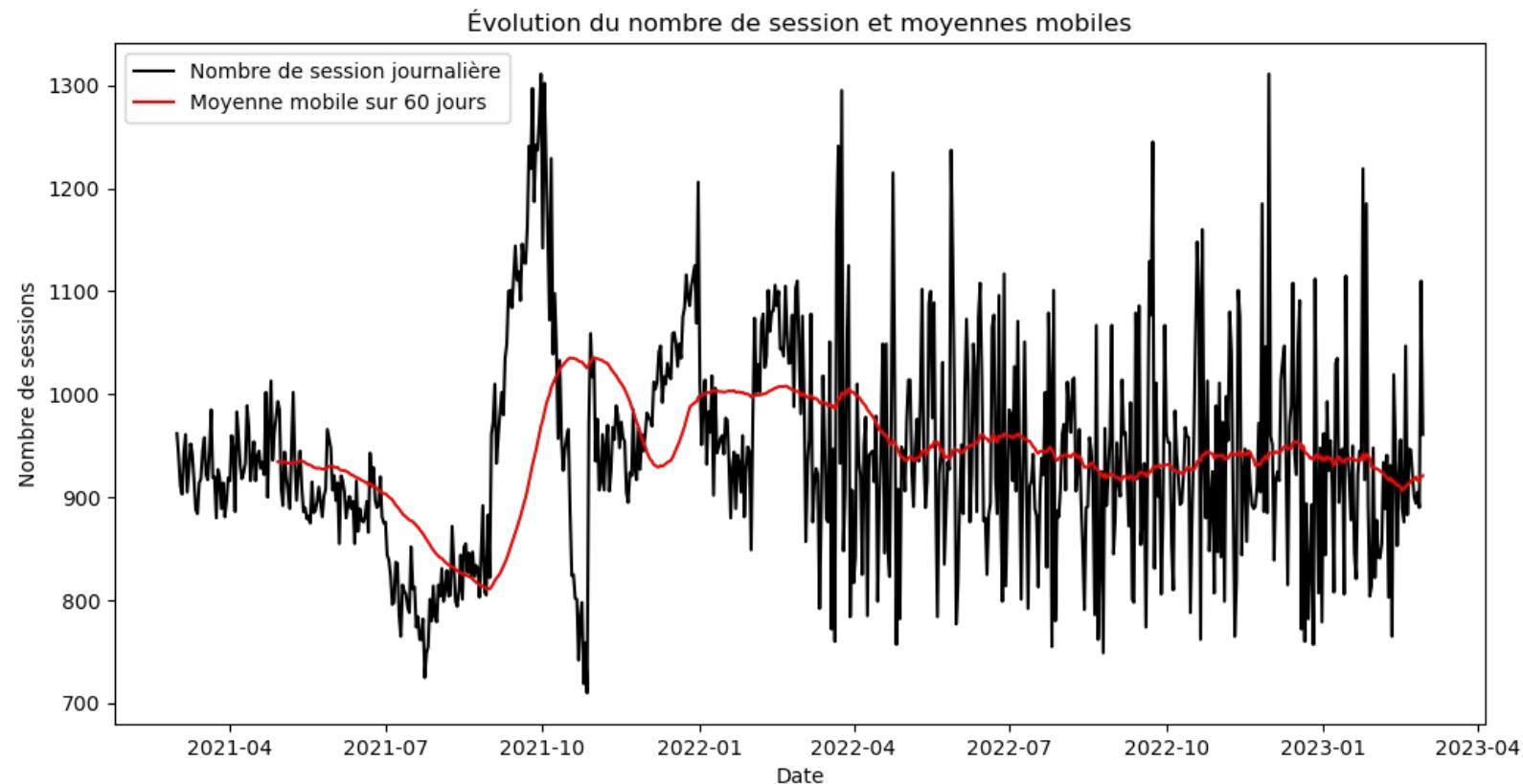


I.2 Moyenne mobile du chiffre d'affaires par jour

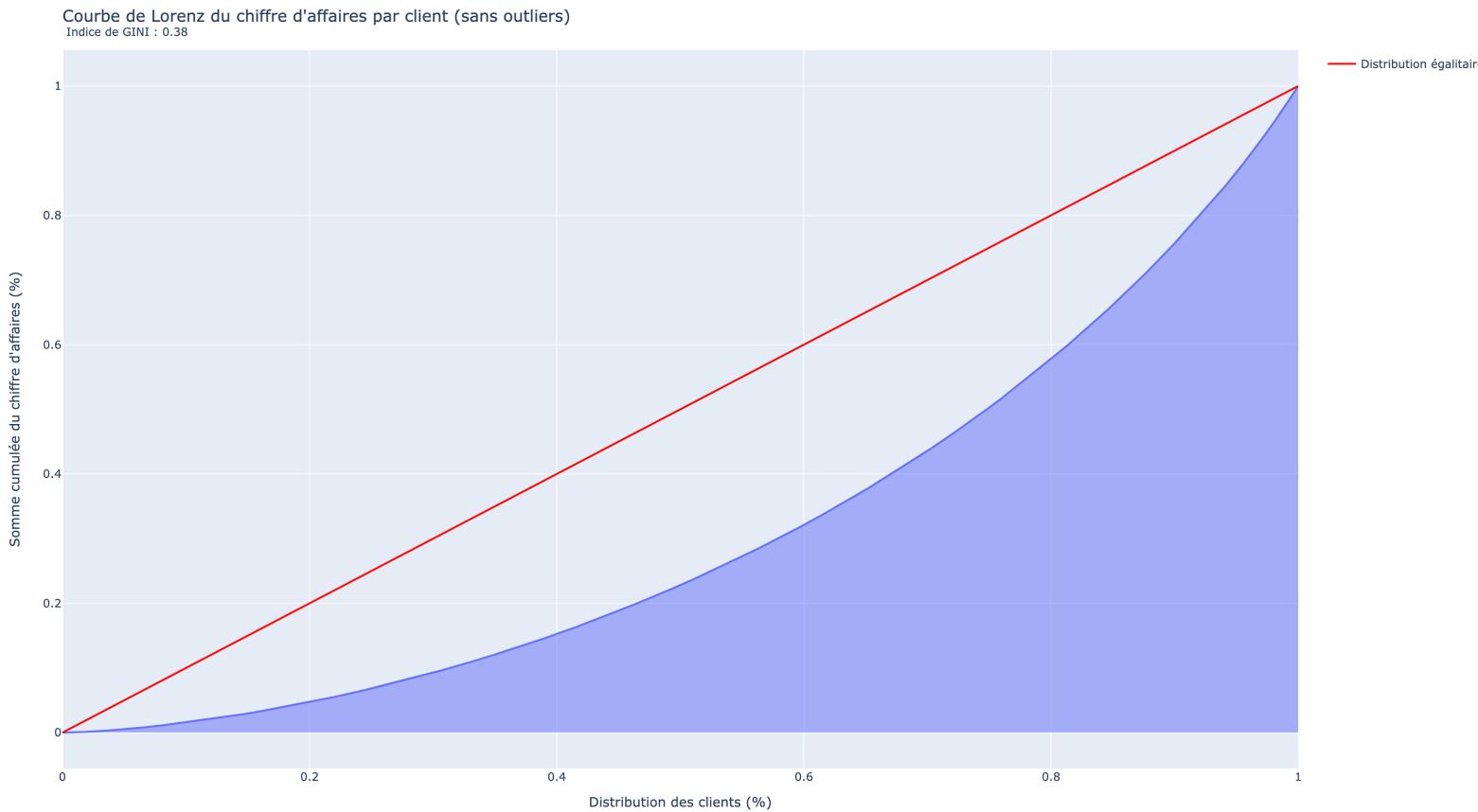


### I.3 Moyenne mobile du nombre de sessions par mois

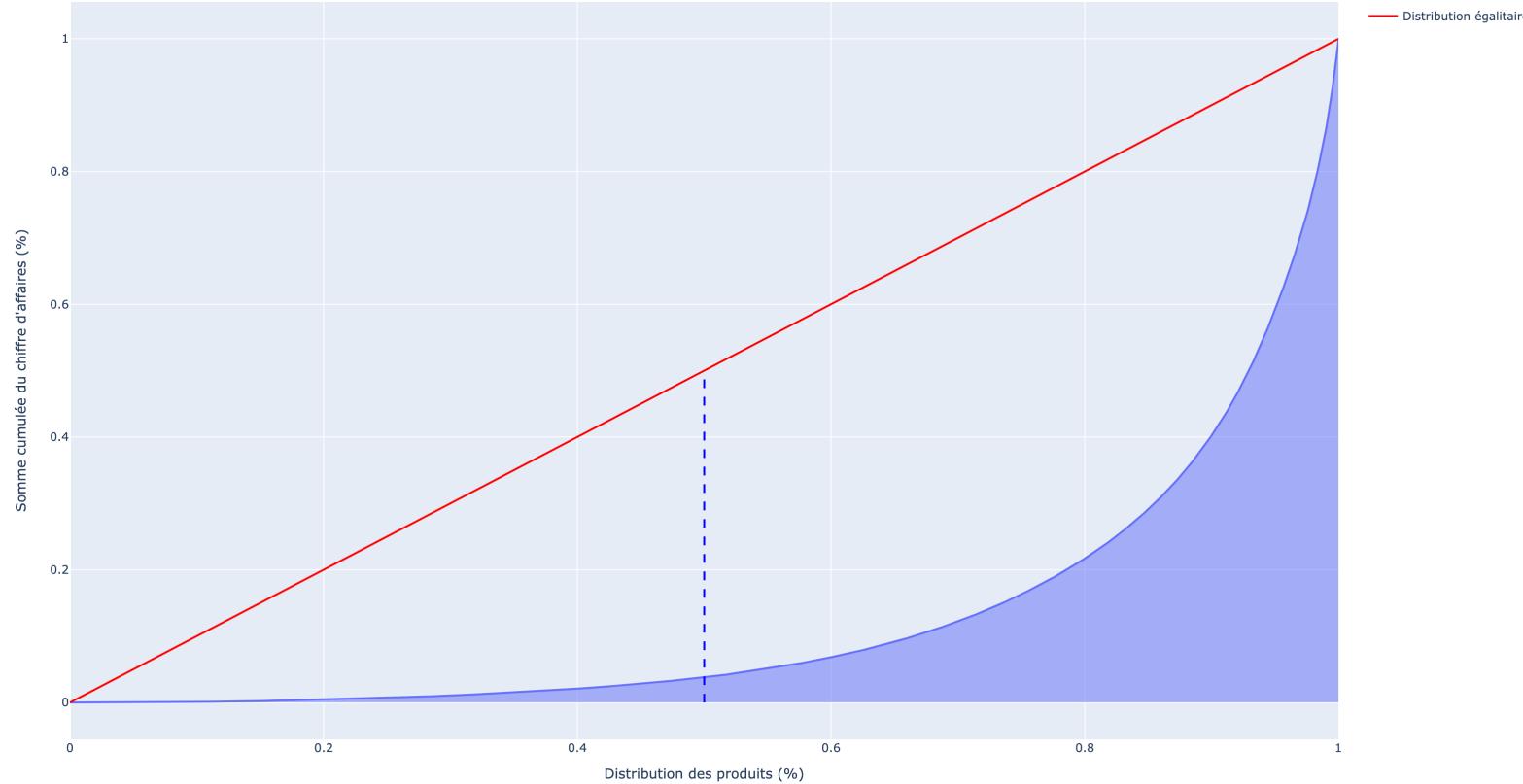
## I.4 Moyenne mobile du nombre de sessions par jour



## I.5 Courbe de Lorenz du chiffre d'affaires par client



Courbe de Lorenz du chiffre d'affaires par produit  
Indice de GINI : 0.74



## I.5 Courbe de Lorenz du chiffre d'affaire par catégorie



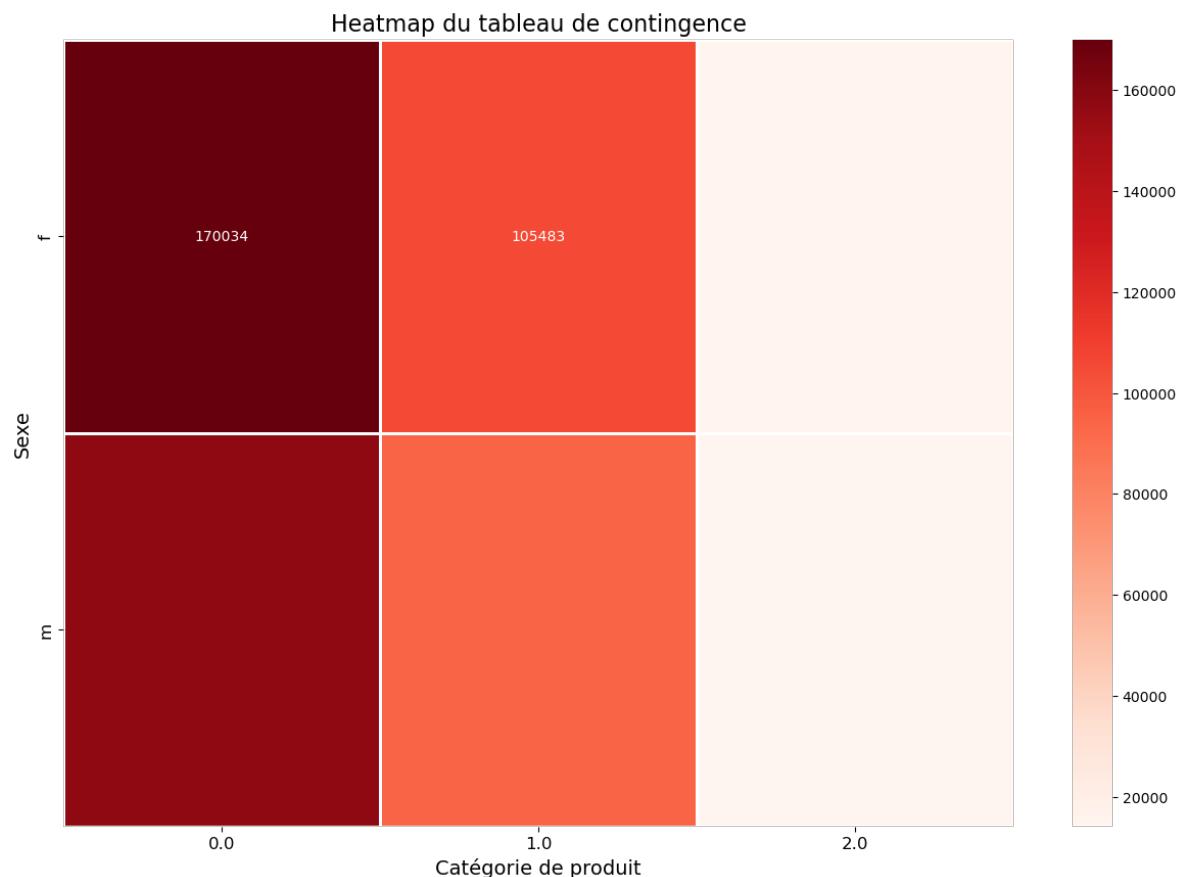
Analyse du  
comportement  
des clients

25

## I. Lien entre le genre du client et les catégories des livres achetés

---

- Résultats du test du Chi-carré :
- Chi2 Statistic:
- **158.25417617304882**
- p-value:
- **4.3205822283997063e-35**



## I.2 Corrélation entre l'âge du client et le montant total des achats



Coefficient de corrélation de Spearman :

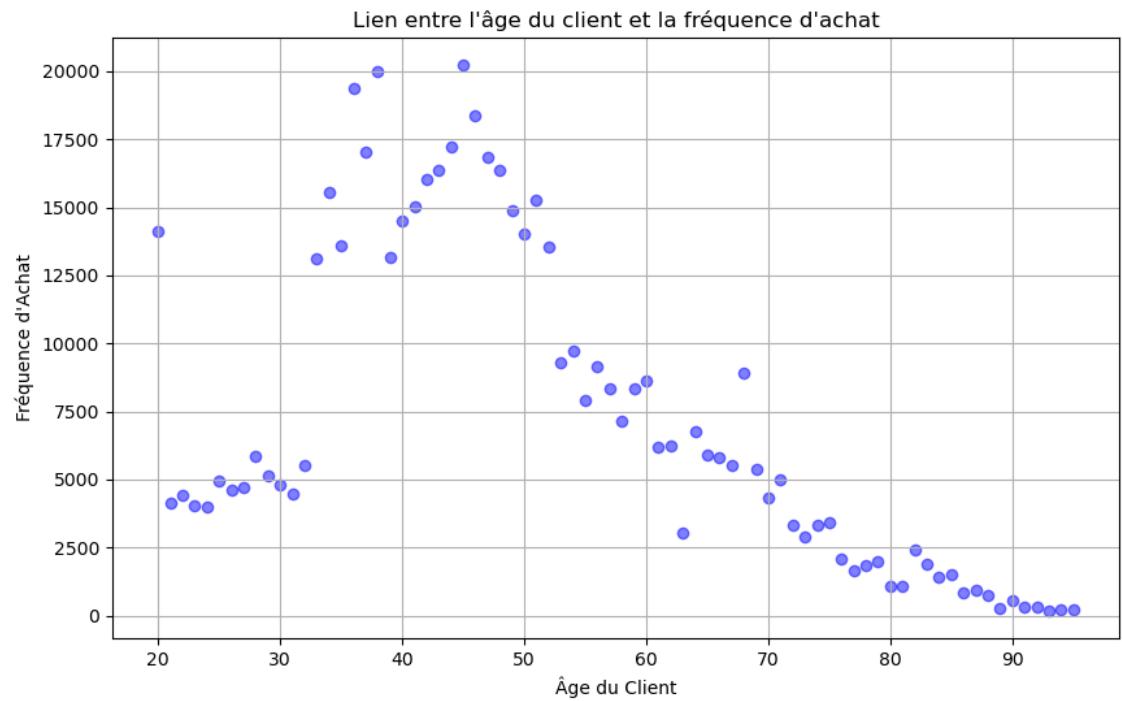
**0.18**

## I.3 Corrélation entre l'âge du client et la fréquence d'achat

---

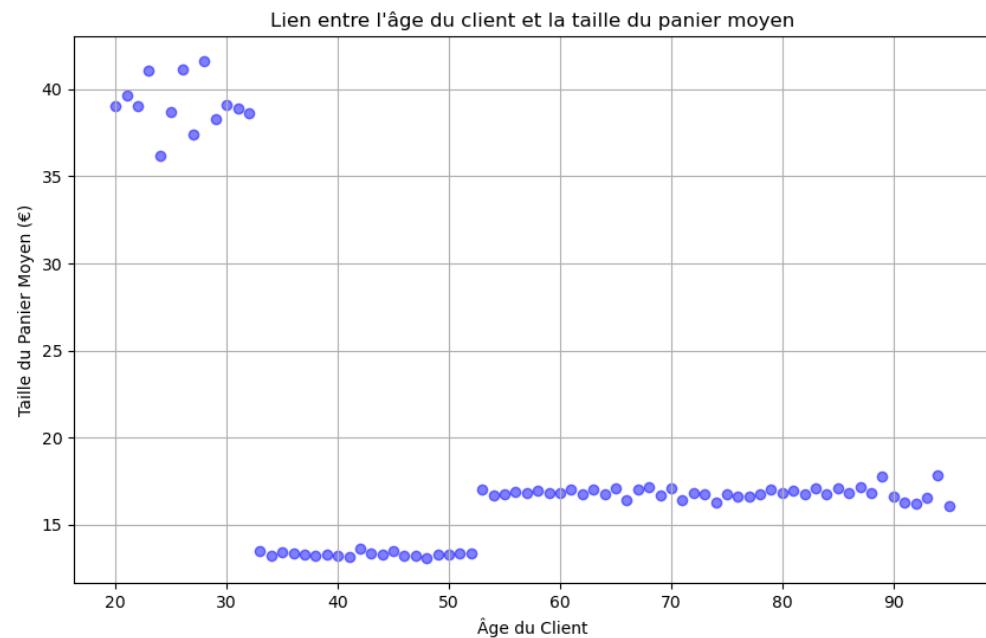
Coefficient de corrélation de Spearman :

**0.66**



## I.4 Corrélation entre l'âge du client et la taille du panier moyen

---

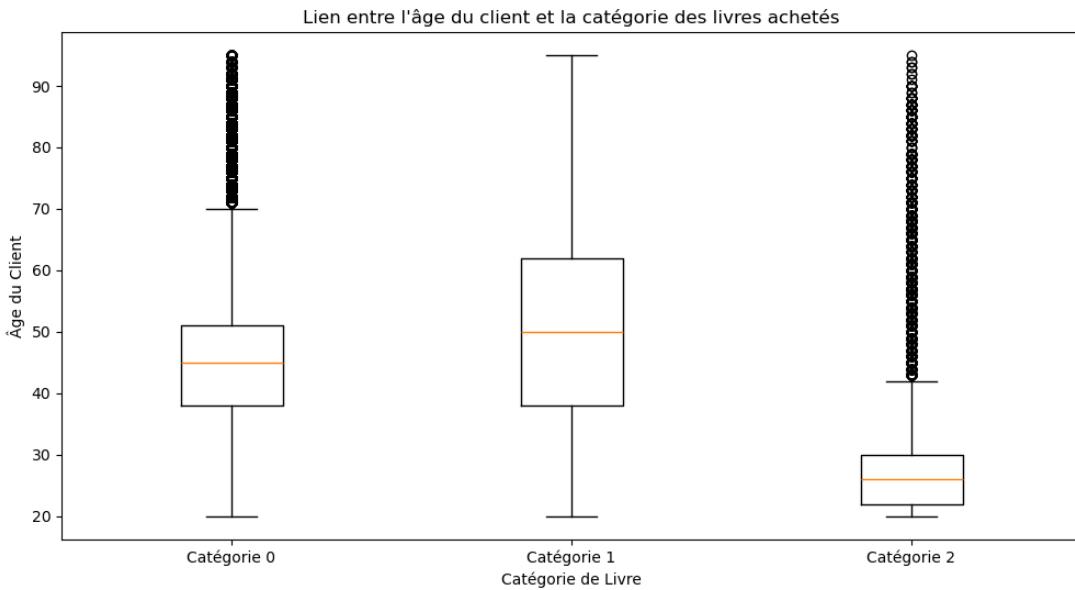


Coefficient de corrélation de Pearson :

**-0.54**

## I.5 - Lien entre l'âge du client et la catégorie des livres achetés

---



- Résultats du test ANOVA

36386.336508123364

- P-valeur :

0.0

# Synthèse des Corrélations

Les analyses révèlent des comportements d'achat distincts basés sur le genre et l'âge, suggérant des opportunités de ciblage et de personnalisation pour optimiser la fidélisation et la stratégie de produit.



# Conclusions et Recommandations

- Corrélation positive entre sessions et chiffre d'affaires.
- Comportements d'achat distincts par âge et catégorie.
- Stratégies marketing ciblées recommandées.





Questions ?