

LAPAGE

ANALYSE DES VENTES

Matthieu Icart





LaPage

Lapage, une librairie traditionnelle, a su s'adapter aux évolutions du marché en lançant son site de vente en ligne suite au succès de certains produits et à l'enthousiasme de ses clients. Aujourd'hui, pour optimiser ses stratégies de vente et mieux comprendre les tendances de son marché, Lapage a besoin d'une analyse approfondie de ses données de ventes



Datasets

8621 Clients

Liste des clients et informations complémentaires

3286 Produits

Liste des produits et informations complémentaires

687 534 Transactions

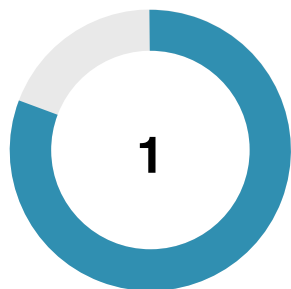
Liste des transactions et informations complémentaires



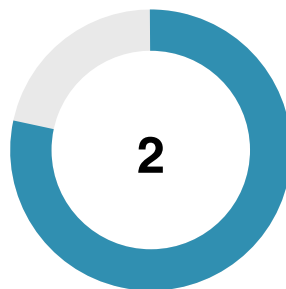
2021

On observe une forte augmentation du nombre de client au début de l'année 2021.

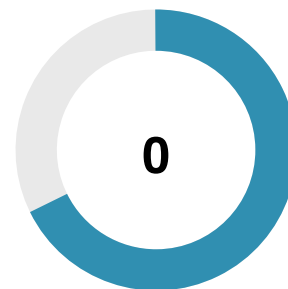
Pourcentages des ventes par catégories



34,3%



5,3%



60,4%

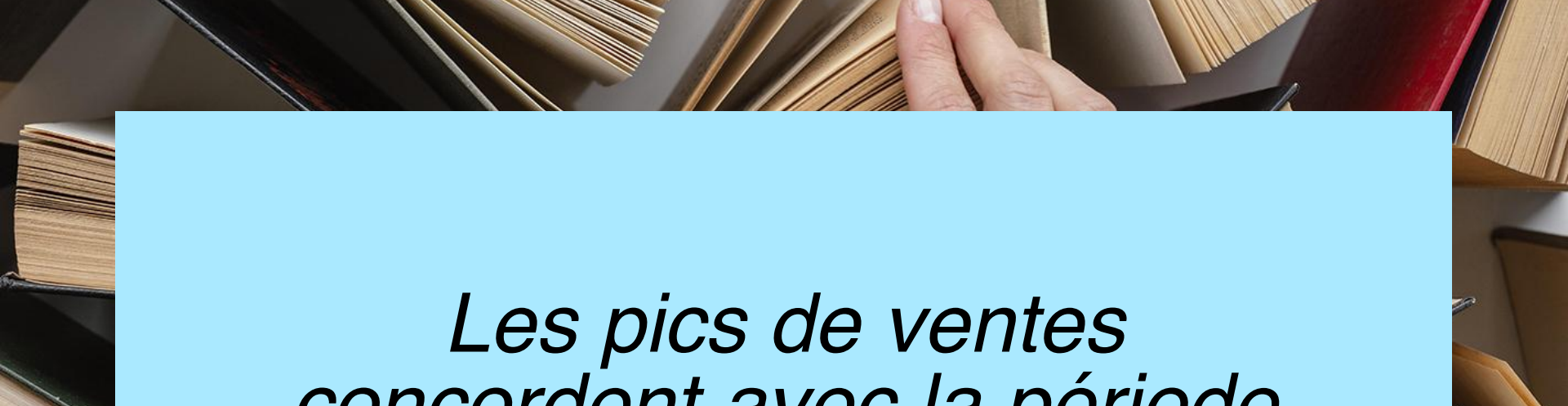
Des ventes largement dominés par la catégorie 0, donc les produits d'entrée de gammes.

Mais un chiffre d'affaire plutôt équilibré entre les catégories malgré le nombre de ventes, due aux différences de prix.


Chiffre d'affaires

12 027 663 €

Le chiffre d'affaires montre des résultats solides malgré la difficulté à retrouver les chiffres exceptionnels de l'année précédente. Nous avons observé des pics significatifs en septembre et décembre. Une analyse approfondie est disponible au sein du notebook, notamment la moyenne mobile ou encore une étude par catégorie de produit.



*Les pics de ventes
concordent avec la période
des fêtes de fin d'années
ou la rentrée scolaire.*



Quelques chiffres..



4

4 clients réalisent à eux seuls 111k € de chiffre d'affaires.



7%

Cela représente 7% du chiffre d'affaire global.



2000

Nombre de ventes pour les meilleurs références.



5000€

Total d'achat annuel effectué par les meilleurs clients.

Profils des clients



Lien entre le genre et la catégorie de livre achetée

Suite au test de χ^2 et Cramer's V, il existe une corrélation faible, mais non significative entre le genre du client et la catégorie de livre achetée.



Lien entre l'âge et les habitudes d'achats.

Suite à l'étude, notamment de la corrélation de Pearson puis la réalisation de tests Anova, il existe un lien avéré entre l'âge du client et ses habitudes de consommation.



Conclusion

***Il existe des disparités
d'habitudes de
consommation entre les
différentes tranches d'âges.***

Recommandation d'opter pour
une stratégie basée sur les
tranches d'âges clients.



THANKS

Does anyone have any questions?
matthieuicartpro@gmail.com

