

Analyse des sous-catégories avec faible marge et profit négatif

Objectif: Cette analyse vise à identifier les sous-catégories présentant un profit négatif, une marge faible et un discount trop élevé afin de proposer des actions correctives.

Analyse des sous-catégories – 2014

- Les **binders** ont enregistré une **marge négative** de **-23,45%** en moyenne avec un **discount moyen** de 37%, ce qui réduit la rentabilité, mais leur **profit reste positif**.
- Les **machines** ont présenté une **marge négative** de **-4%** avec un **discount moyen** de 32,6%, tout en conservant un **profit positif**.
- Les **tables** ont subi une **marge négative** de **-15%** avec un **discount moyen** de 26% et un **profit total** de **-3 124 €**, indiquant **un résultat négatif**.
- Les **bookcases** ont eu une **marge négative** de -10% avec un **discount moyen** de 20% et un **profit total** de **-346,17 €**, également en **perte**.

⇒ Conclusion :

Seules les sous-catégories **tables** et **bookcases** présentent un **profit négatif**, tandis que les autres sous-catégories avec marge négative restent bénéficiaires. Pour améliorer la rentabilité, il est conseillé de réévaluer les discounts et surveiller de près les marges sur ces produits.

Analyse des sous-catégories – 2015

En 2015 :

- Les **binders** ont enregistré une **marge négative** de **-22,45%** avec un **discount moyen** de 38%, réduisant la rentabilité, mais leur **profit reste positif**.
- Les **machines** ont présenté une **marge négative** de **0 ,4%** avec un **discount moyen** de 27%, tout en conservant **un profit positif**.
- Les **tables** ont subi une **marge négative** de **-10,7%** avec un **discount moyen** de 23,7% et un **profit total** de **-3509,8 €**, indiquant un **résultat négatif**.
- Les **bookcases** ont eu une **marge négative** de **-16%** avec un **discount moyen** de 22,8% et un **profit total** de **-2755€**, également en **perte**.

⇒ Conclusion

Seules les sous-catégories **tables** et **bookcases** présentent un **profit négatif**, tandis que les autres sous-catégories avec **marge négative** restent bénéficiaires. Il est conseillé de réévaluer les discounts et surveiller les marges sur ces produits pour améliorer la rentabilité.

Analyse comparative des sous-catégories – 2014 à 2016

Entre 2014 et 2016, les sous-catégories présentent des comportements différents en termes de marge et de profit :

- **Binders** : La marge est **restée négative** sur les trois années (2014 : -23,45 %, 2015 : -22,45 %, 2016 : -13,67%), avec des discounts **élevés** (37–38 %). Malgré cela, le profit est resté **positif**, indiquant une rentabilité relative malgré la pression des discounts.
- **Machines** : La marge a été **légèrement négative ou proche de zéro** (2014 : -4 %, 2015 : -0,4 %, 2016 : -16%) avec des **discounts modérés** (27–32,6 %). **Le profit** est resté **positif** chaque année, montrant une **amélioration progressive de la rentabilité**.
- **Tables** : Cette sous-catégorie a été **constamment en perte** sur ces trois années (2014 : -3 124 €, 2015 : -3 509,8 €, 2016 : -2 950 ,9 €), malgré des **marges négatives** plus faibles en 2016. Les discounts restent élevés (2014 : 26 %, 2015 : 23,7 %, 2016 : 26,8 %), ce qui **affecte fortement la rentabilité**.
- **Bookcases** : Les pertes étaient présentes en 2014 et 2015 (2014 : -346,17 €, 2015 : -2 755 €), mais en 2016 le **profit est redevenu positif**, malgré une marge toujours **légèrement négative**.

⇒ **Conclusion:**

- Les **tables** restent la sous-catégorie la plus problématique sur la période, avec des **profits négatifs persistants**.
- Les **binders** et les **machines** ont une **marge négative** mais restent **rentables**, grâce à un **profit positif**.
- Les **bookcases** montrent une amélioration en 2016, ce qui pourrait indiquer que la **stratégie de discount a été mieux maîtrisée**.

Analyse comparative des sous-catégories – 2014 à 2017

Entre 2014 et 2017, les sous-catégories présentent des comportements différents en termes de **marge, profit et discount** :

- **Binders** : La marge est **restée négative** sur les trois premières années (2014 : -23,45 %, 2015 : -22,45 %, 2016 : -13,6 %), avec des discounts **élevés** (37–38 %), mais le **profit est resté positif**. En 2017, la rentabilité se maintient, indiquant que cette sous-catégorie, malgré **une marge faible**, **reste bénéfique**.
- **Machines** : La marge a **été légèrement négative ou proche de zéro** jusqu'en 2016 (2014 : -4 %, 2015 : -0,4 %, 2016 : -16 %), avec des discounts modérés (27–32,6 %). **Le profit était positif** sur les trois premières années, mais en 2017, le profit devient **négatif**, signalant un **besoin de réévaluation de la stratégie de vente et de discount**.
- **Tables** : Cette sous-catégorie a été **constamment en perte** sur les quatre années (2014 : -3 124 €, 2015 : -3 509,8 €, 2016 : -2951 €, 2017 : -8140,7 €), malgré une marge parfois **moins négative** en 2016. Les discounts restent **élevés**, ce qui affecte fortement la rentabilité.
- **Bookcases** : Les pertes étaient présentes en 2014 et 2015 (2014 : -346,17 €, 2015 : -2 755 €). En 2016, le profit **est redevenu positif**, mais en 2017, il repasse **négatif**, avec une marge encore **légèrement négative**, indiquant une **instabilité de rentabilité**.

Conclusion générale :

- Les **tables** restent la sous-catégorie **la plus problématique** sur toute la période, avec des profits négatifs persistants.
- Les **machines** et **bookcases** ont montré **des fluctuations importantes**, nécessitant **une révision de la politique de discounts et de prix**.
- Les **binders** continuent de générer **un profit positif** malgré **une marge faible**, ce qui est encourageant pour la gestion de cette sous-catégorie.

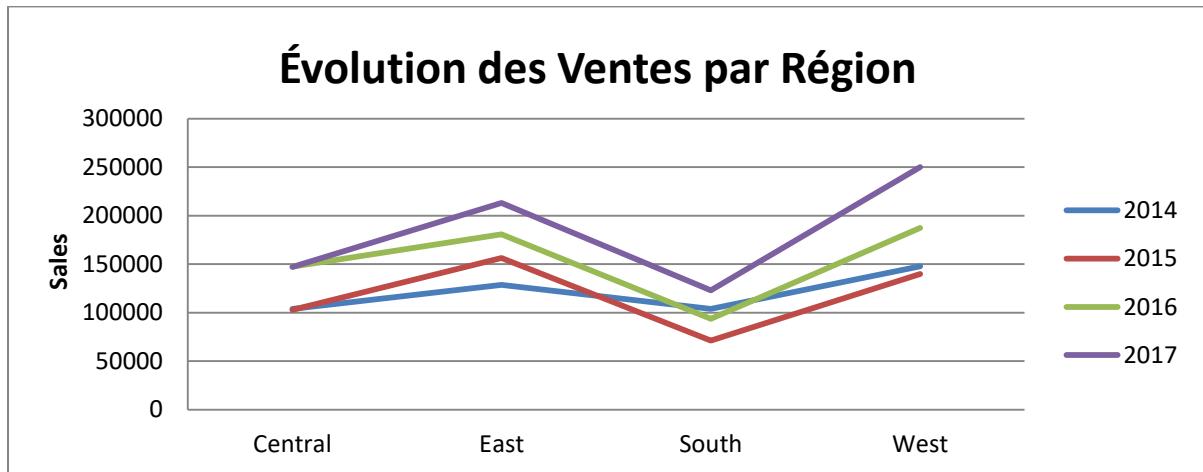
Analyse de la Tendance des Ventes par Région (2014–2017)

Basée sur la Somme des Sales

Objectif: L'objectif est d'étudier l'évolution des ventes dans les quatre régions (East, West, Central, South) entre 2014 et 2017 afin :

- d'identifier les régions les plus performantes,
- de détecter celles en difficulté,
- de comprendre les variations annuelles,
- et de proposer des pistes d'amélioration pour optimiser la stratégie commerciale.

1. Performance globale par région :



- **East** : progression constante et forte chaque année (+65 % entre 2014 et 2017), ce qui en fait la région **la plus dynamique et performante** sur la période.
- **West** : malgré une légère baisse en 2015, la région connaît une croissance marquée sur 2016-2017 (+69 % entre 2014 et 2017), indiquant une forte reprise et potentiel de marché élevé.
- **Central** : ventes relativement stables avec un léger pic en 2016, puis stagnation en 2017. La croissance est modérée, ce qui peut indiquer un marché saturé ou une faible expansion.
- **South** : baisse notable en 2015 (-31 % par rapport à 2014) suivie d'une reprise progressive en 2016 et 2017. Cette région montre des signes de vulnérabilité, bien qu'elle se rétablisse lentement.

2. Analyse de l'évolution annuelle des ventes par région (2014–2017)

Étiquette	2014	2015	2016	2017
Central		-1%	43%	0%
East		21%	16%	18%
South		-31%	31%	31%
West		-5%	34%	33%

L'examen des taux de croissance annuels révèle des dynamiques très différentes entre les quatre régions :

- **Central** : après une légère baisse en 2015 (-1 %), la région connaît une forte croissance en 2016 (+43 %), puis une stabilisation en 2017 (0 %). Cela montre un marché globalement stable mais ponctuellement dynamique, probablement lié à des événements ponctuels ou promotions spécifiques.
- **East** : la croissance est régulière et soutenue chaque année (+21 % → +16 % → +18 %), confirmant cette région comme leader de la croissance. L'évolution stable indique un marché dynamique et en expansion constante.
- **South** : cette région présente une forte volatilité, avec une chute importante en 2015 (-31 %) suivie de reprises importantes en 2016 et 2017 (+31 % chaque année). Cette instabilité souligne une région fragile, sensible aux variations du marché et nécessitant des mesures correctives pour consolider les ventes.
- **West** : après un léger recul en 2015 (-5 %), la région montre une croissance très soutenue en 2016 et 2017 (+34 %, +33 %). Cette progression rapide indique que West est une région à fort potentiel, avec un marché réactif et en forte expansion.

Conclusion générale :

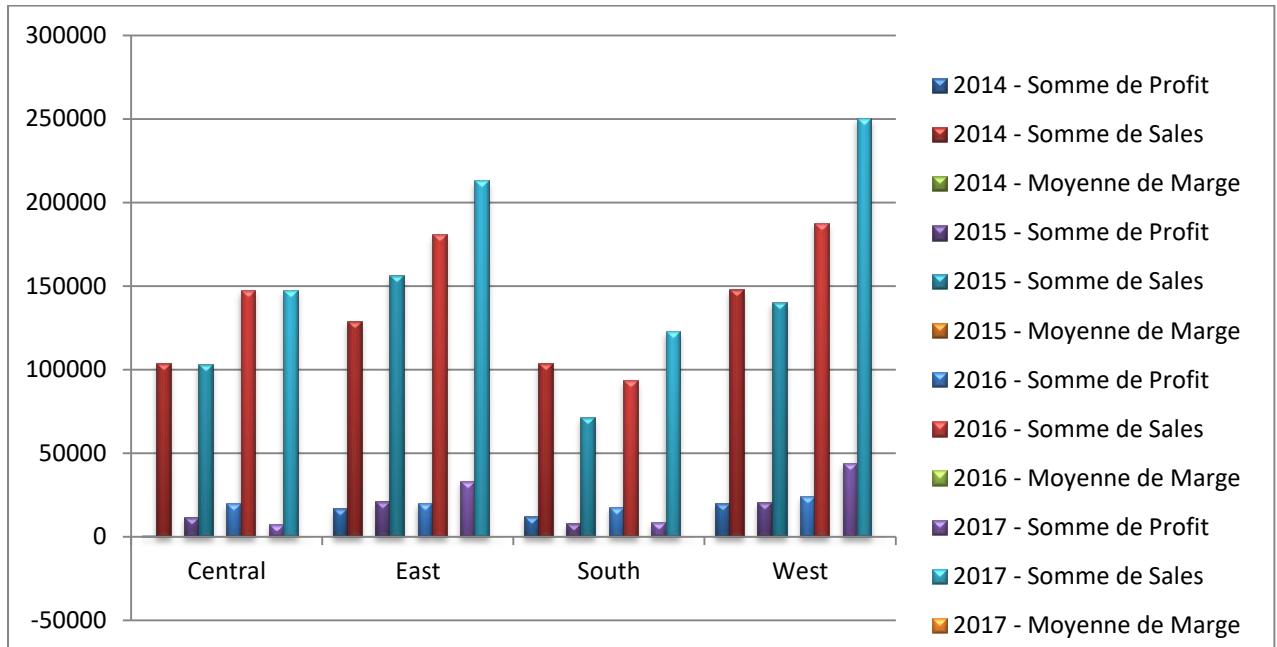
- Les régions les plus performantes sur la période sont East et West, avec des taux de croissance soutenus et réguliers.
- Central reste stable mais ponctuellement dynamique, nécessitant une stratégie ciblée pour stimuler la croissance future.

- **South** est la région la plus **volatil et à risque**, nécessitant une attention particulière pour comprendre les causes de la baisse et stabiliser la croissance.

Recommandations stratégiques :

- Renforcer le marketing et les promotions dans les régions à forte croissance.
- Stabiliser les ventes dans les régions volatiles en améliorant l'offre ou la fidélisation.
- Suivre régulièrement les performances annuelles pour ajuster la stratégie commerciale.

3. Évolution annuelle des ventes, marges et profits (2014–2017)



L'analyse annuelle des indicateurs commerciaux met en évidence des tendances distinctes selon les régions :

- **East** : Les ventes augmentent de manière constante chaque année, soutenant une croissance globale de +65 % sur la période. Les marges connaissent une légère diminution, probablement due à des promotions ou à l'augmentation des coûts, mais les profits continuent de progresser grâce à l'augmentation du chiffre d'affaires. Cette évolution confirme la position d'East comme région la plus dynamique et rentable.
- **West** : Après une légère baisse des ventes en 2015, la région enregistre une forte croissance en 2016 et 2017, avec une progression cumulée de +69 %. Les marges diminuent légèrement, mais les profits suivent la hausse des ventes, reflétant une forte reprise et un potentiel commercial élevé.
- **Central** : Les ventes restent globalement stables, avec un pic ponctuel en 2016. Les marges diminuent progressivement, ce qui limite l'impact de la stabilité des ventes sur les profits, qui restent modérés. Cette évolution indique un marché mature avec une croissance limitée.

- **South** : La région présente **une forte volatilité** avec **une baisse notable** des ventes en 2015 (-31 %) suivie **d'une reprise progressive** en 2016 et 2017. Les **marges initialement faibles** commencent à se redresser et les **profits augmentent lentement**. South apparaît ainsi comme **une région vulnérable mais en redressement**, nécessitant un suivi et des actions correctives.

Conclusion générale :

Globalement, les **ventes et profits progressent** dans **East et West** malgré **une légère diminution des marges**. **Central** est **stable** mais mature, tandis que **South** montre une reprise après un forte baisse. Pour optimiser la performance commerciale, il est recommandé de **consolider les régions performantes, stabiliser les régions vulnérables et surveiller régulièrement les indicateurs clés via tableaux de bord et TCD**.