

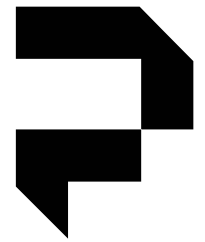
 ENTREPRISE ALOU



ANALYSE MARKETING



2029/2030

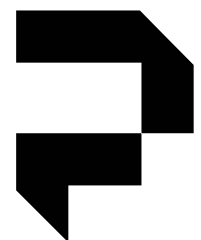


1. INTRODUCTION ET OBJECTIFS DU PROJET

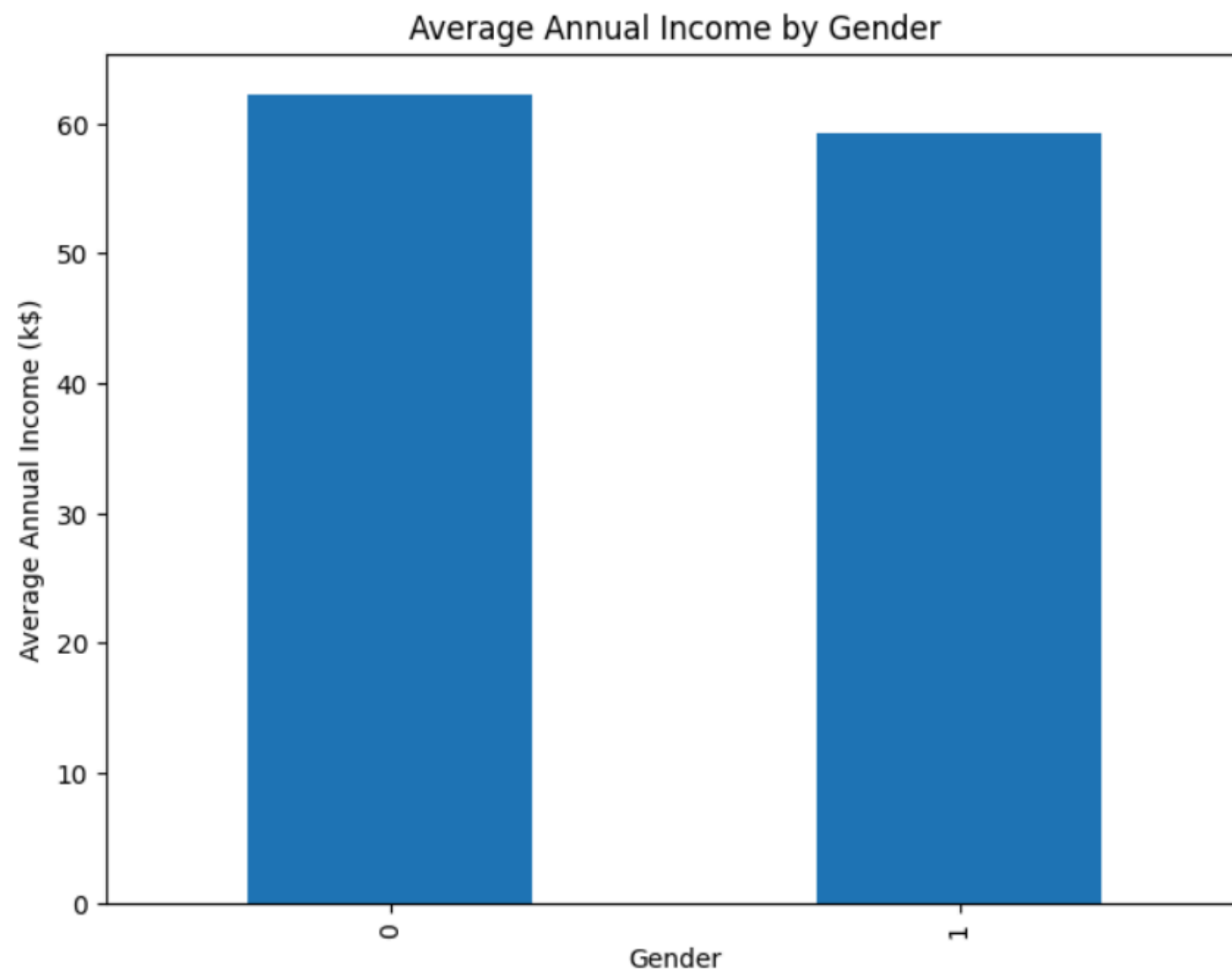
Utilisation de la donnée: genre, age , revenu annuel et score de dépense

Objectif: trouver les typologies de vos clients

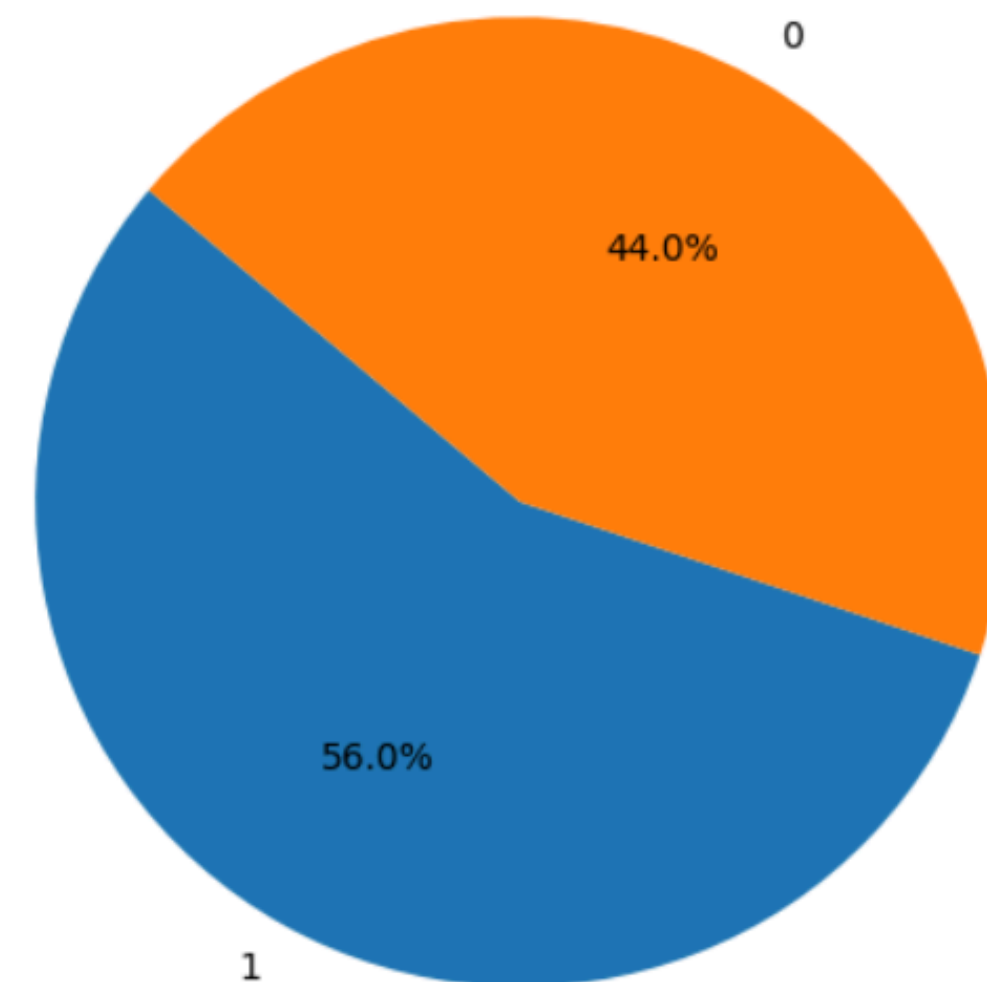
	CustomerID	Gender	Age	Annual Income (k\$)	Spending Score (1-100)
0	1	Male	19	15	39
1	2	Male	21	15	81
2	3	Female	20	16	6
3	4	Female	23	16	77
4	5	Female	31	17	40
5	6	Female	22	17	76
6	7	Female	35	18	6
7	8	Female	23	18	94
8	9	Male	64	19	3



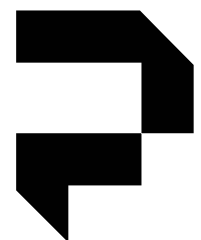
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE



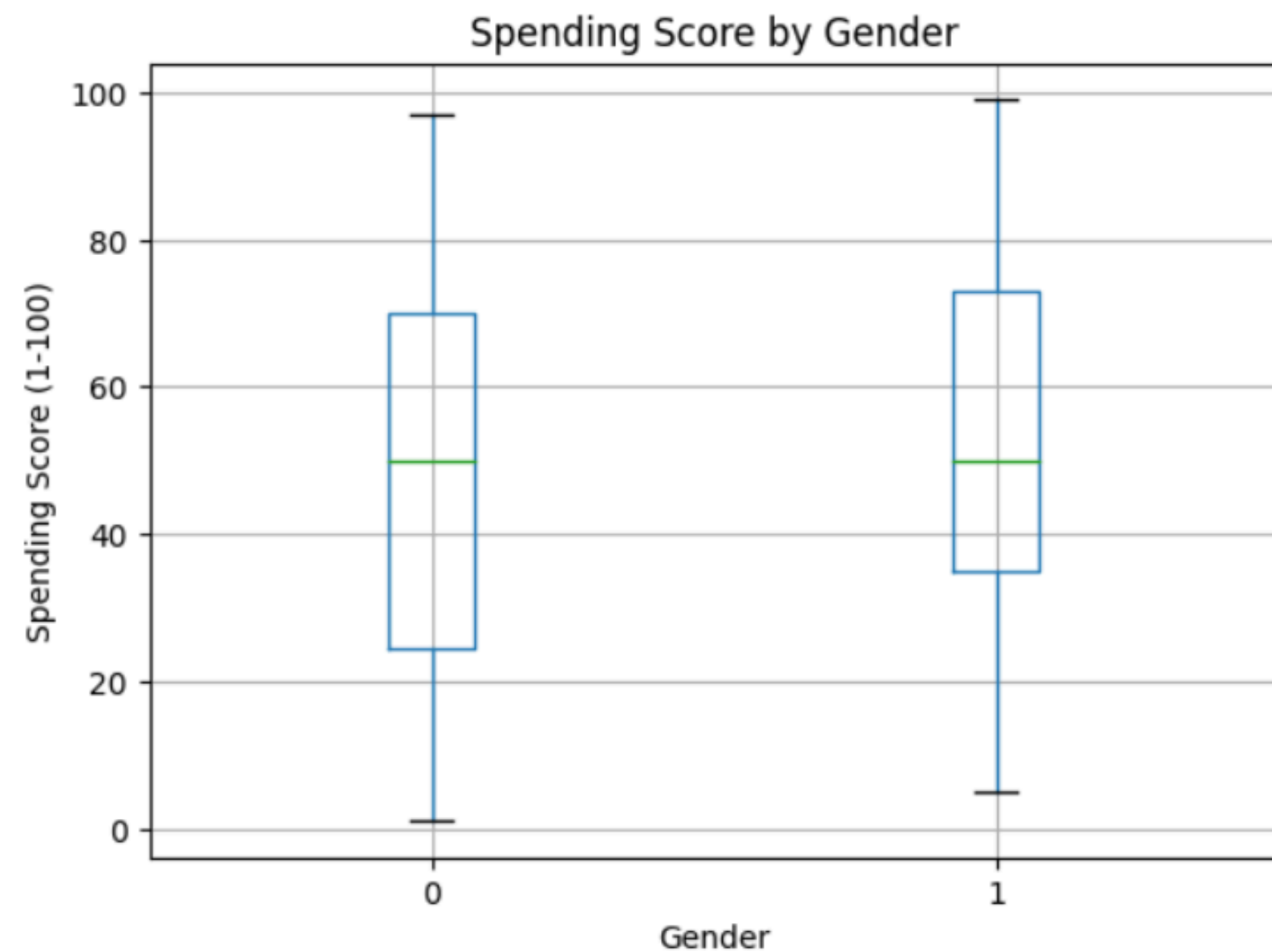
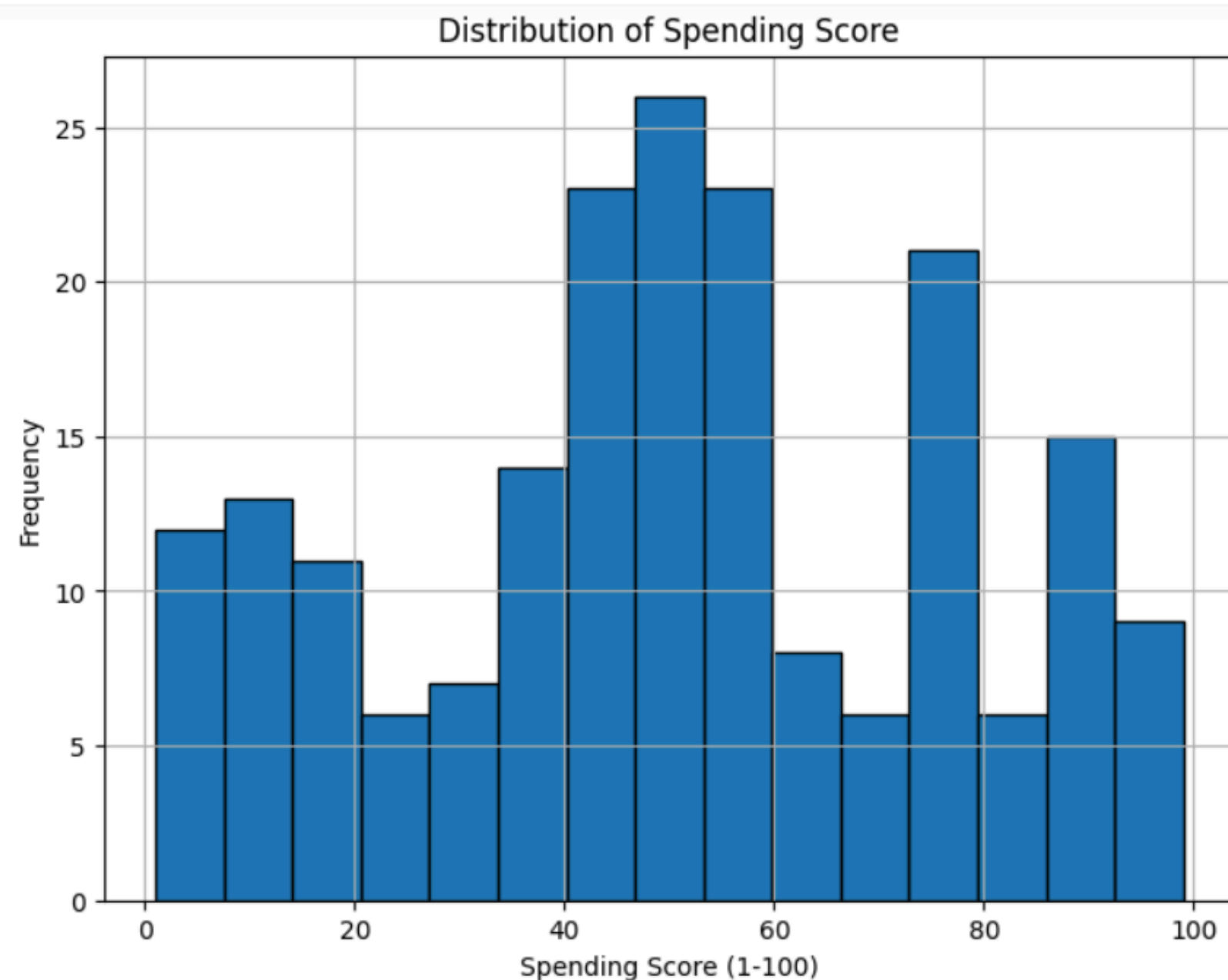
Répartition des genres



Homme= 0
Femme = 1

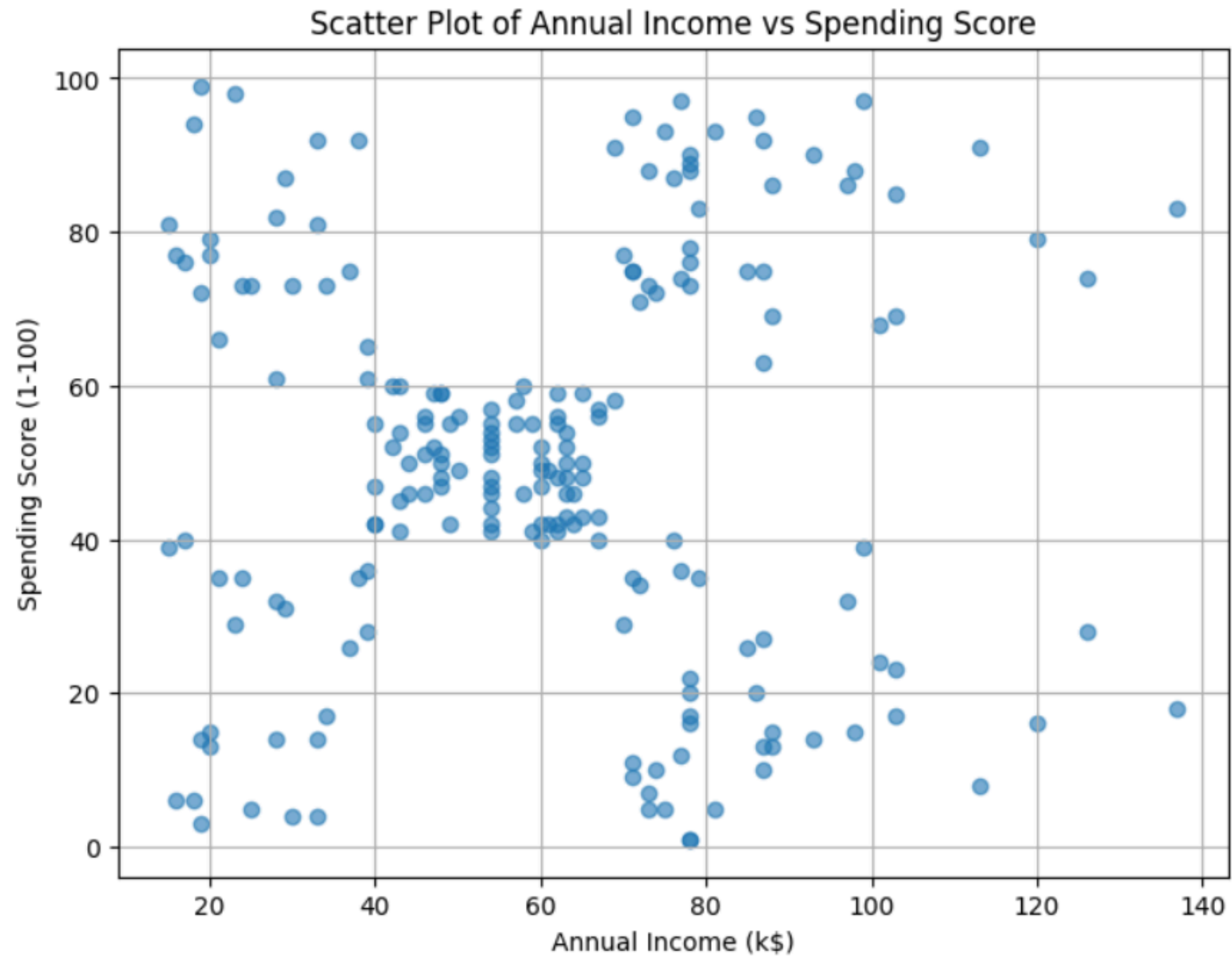


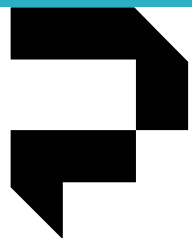
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE



Homme= 0
Femme = 1

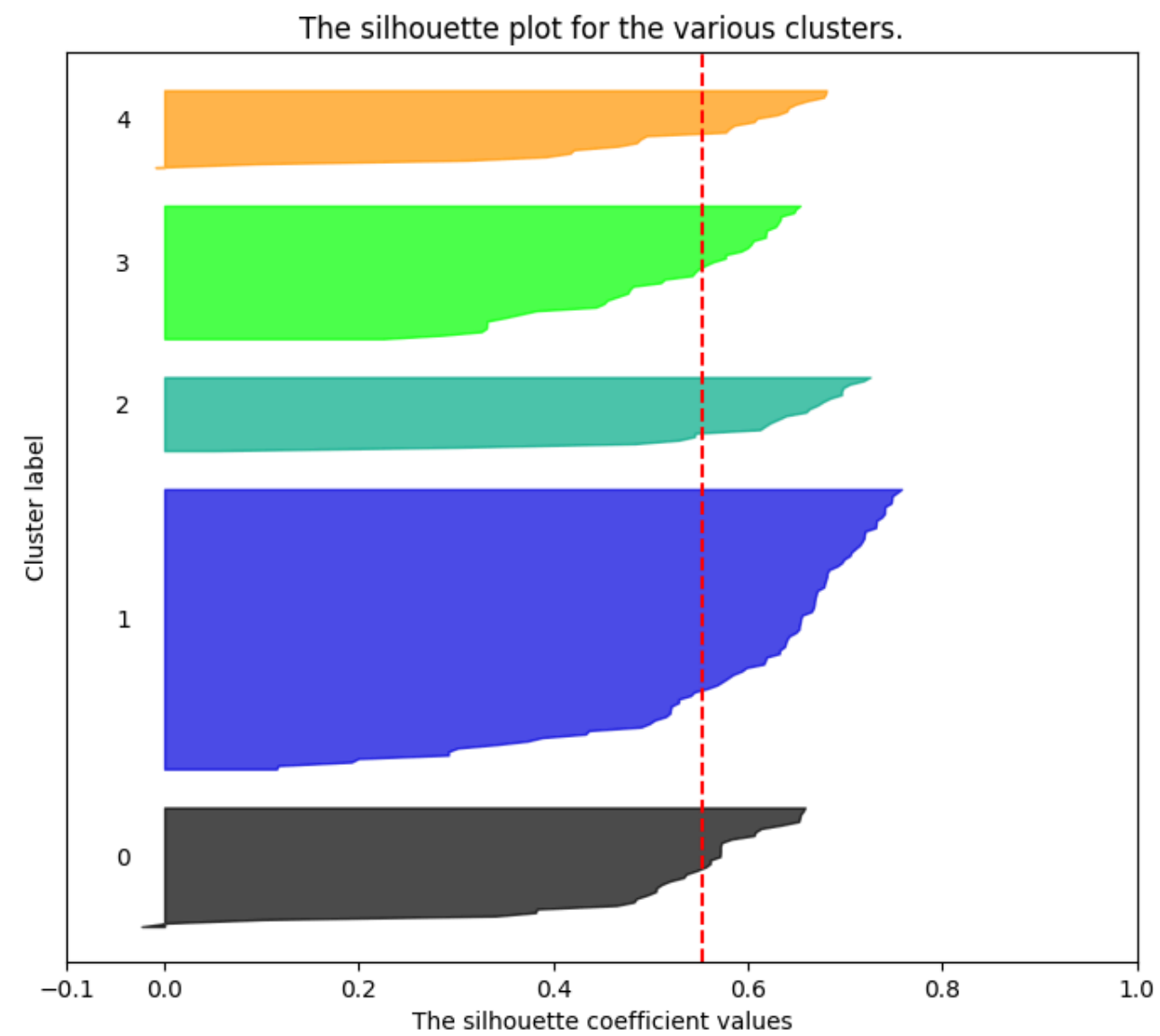
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE

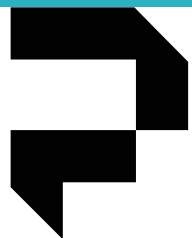




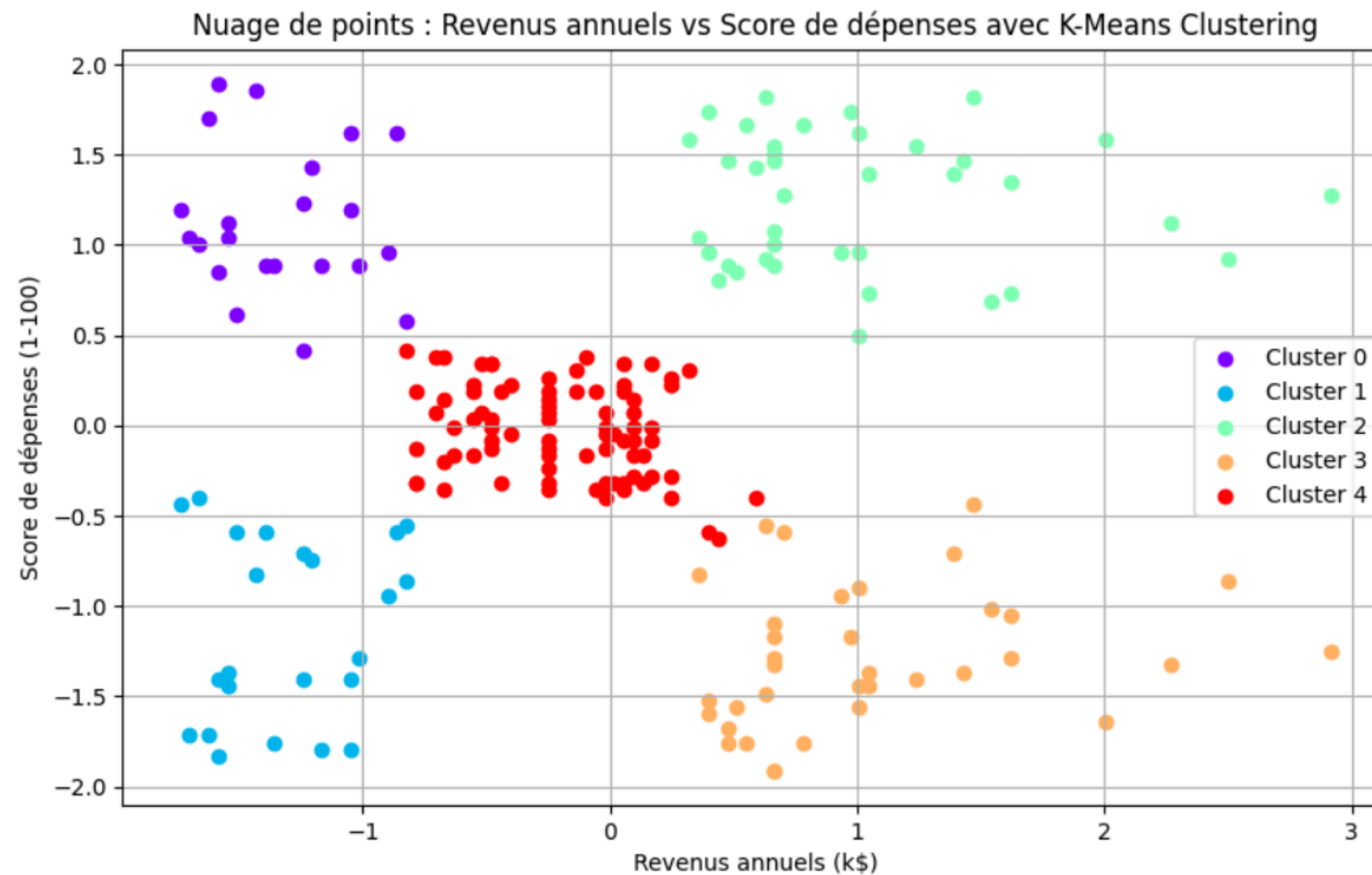
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE

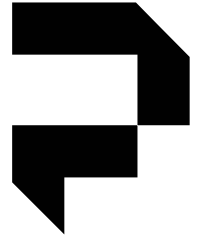
Silhouette analysis for KMeans clustering on sample data with $n_clusters = 5$



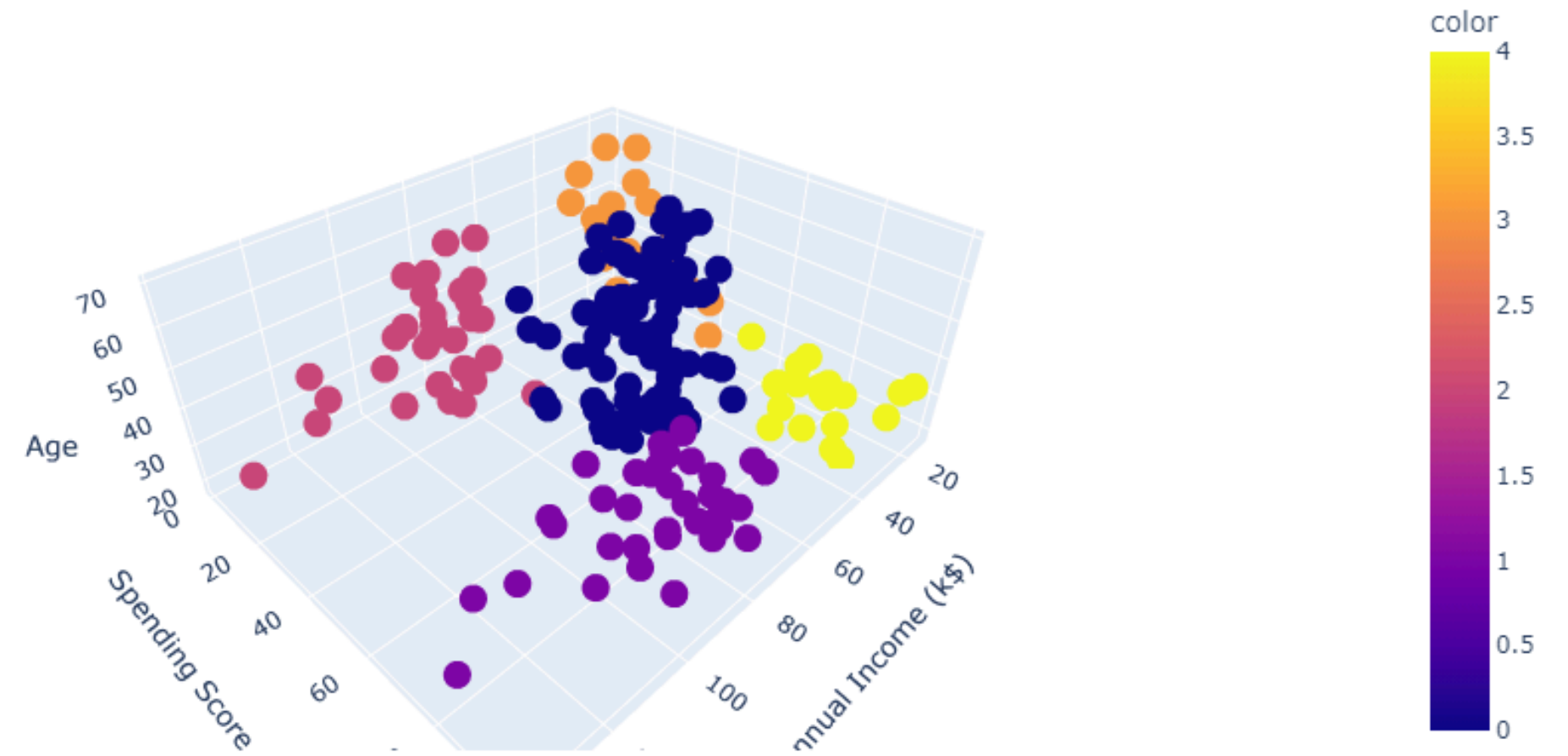
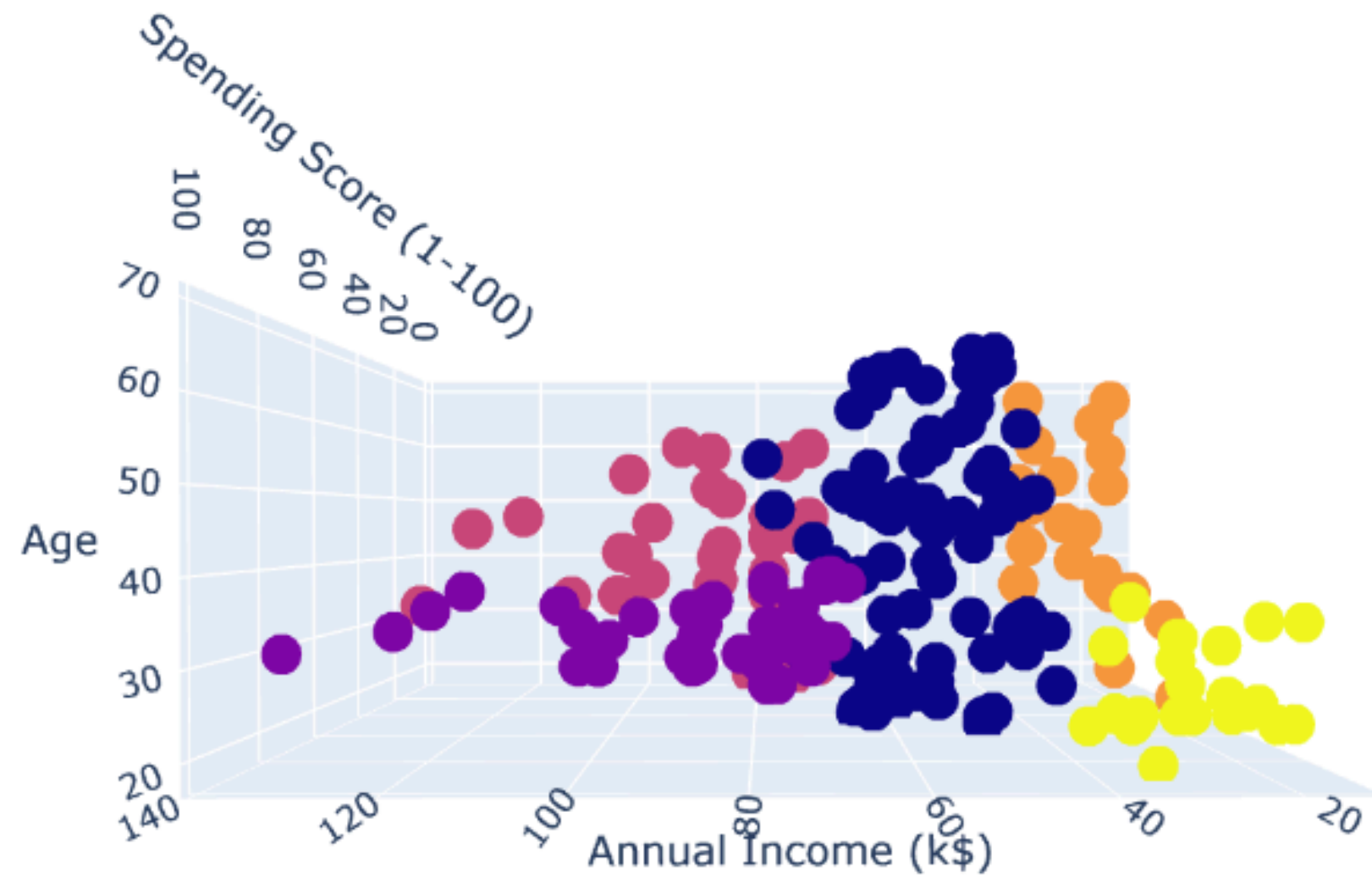


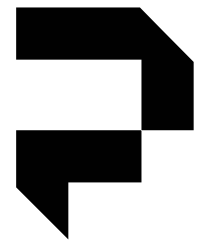
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE






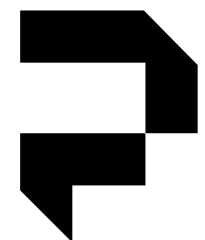
2. ANALYSE DE MARCHÉ ET IDENTIFICATION DE LA CIBLE





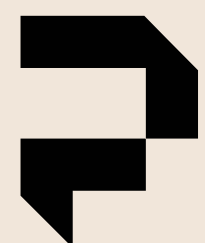
3. STRATÉGIE MARKETING PROPOSÉE

- Faibles Revenus, Dépenses Minimales :
Stratégie : Offrir des produits à bas prix et des remises.
- Faibles Revenus, Dépenses Élevées : Stratégie : Mettre en avant la valeur ajoutée et offrir des options de paiement flexibles.
- Revenus Moyens, Dépenses Moyennes : Stratégie : Mettre en avant la qualité et offrir un excellent service client. 
- Gros Revenus, Petites Dépenses : Stratégie : Proposer des produits haut de gamme avec un bon rapport qualité-prix.
- Gros Revenus, Dépenses Élevées : Stratégie : Mettre en avant des produits de luxe et offrir des expériences exclusives.



7. CONCLUSION ET ÉTAPES SUIVANTES

En adaptant votre stratégie marketing à chaque segment de clientèle, vous pouvez maximiser l'efficacité de vos campagnes et améliorer la satisfaction client.



MERCI

