

Rapport d'Analyse des Données

Mouj Salma

1 Insights tirés des données Gold

Dans le cadre de l'architecture Lakehouse décrite dans les sources, la couche Gold représente le sommet de la pyramide du traitement de données, où les informations sont agrégées et optimisées pour répondre à des besoins analytiques et décisionnels.

Voici les insights spécifiques que l'on tire des données Gold, tels que définis dans les scripts de traitement et de rapport final :

- **Performance Commerciale Quotidienne** : Grâce à la table `ventes_quotidiennes`, il est possible d'analyser l'évolution du chiffre d'affaires (CA) total et du volume de ventes jour après jour. Cela permet d'identifier les tendances de consommation sur une période donnée.
- **Comportement d'Achat (Panier Moyen)** : Les données Gold calculent le panier moyen par jour, offrant un insight crucial sur la valeur générée par chaque transaction client. Ce KPI aide à comprendre si les clients achètent plus de produits ou des produits plus chers au fil du temps.
- **Statistiques Globales de l'Activité** : Le rapport final extrait des indicateurs macro tels que le chiffre d'affaires global et le nombre total de ventes réalisés depuis le début des opérations.
- **Identification des Pics d'Activité** : Un insight clé est la détermination du Top 5 des meilleurs jours en termes de chiffre d'affaires. Cela permet de repérer les périodes de forte demande (soldes, fêtes, lancements de produits) pour optimiser les futures campagnes marketing.
- **Aide à la Recommandation Métier** : Ces insights ne sont pas seulement descriptifs ; ils servent de base pour formuler des recommandations stratégiques, comme l'ajustement des stocks ou le ciblage de segments de clients spécifiques.

Pour mieux comprendre, imaginez que la couche Gold est le plat final servi dans un restaurant gastronomique : après que les ingrédients ont été achetés (Bronze) puis lavés et découpés (Silver), ils sont assemblés de manière experte pour offrir au client (le décideur) l'expérience exacte et raffinée dont il a besoin pour savourer le succès de son entreprise.

2 Recommandations métier

Bien que les sources ne listent pas de conclusions pré-écrites (car elles dépendent des résultats obtenus lors de l'exécution des scripts), elles fournissent la structure et les indicateurs clés (KPIs) sur lesquels ces recommandations doivent s'appuyer :

- **Optimisation des périodes de vente** : En s'appuyant sur le « TOP 5 MEILLEURS JOURS » généré par le rapport final, le métier peut recommander de concentrer les efforts marketing ou les stocks sur les périodes identifiées comme ayant le plus fort chiffre d'affaires.
- **Stratégie de valeur client** : L'analyse du panier moyen global (calculé dans la couche Gold) permet de formuler des recommandations sur l'augmentation de la valeur par transaction, par exemple via des stratégies de « cross-selling » ou de « up-selling ».
- **Ajustement de l'offre produit** : Les agrégations par jour (`ventes_quotidiennes`) permettent de recommander des ajustements opérationnels basés sur le volume des ventes (`total_ventes`) et le chiffre d'affaires global pour s'assurer que l'offre répond à la demande réelle.
- **Gestion de la fidélisation** : Bien que non détaillé dans le script de rapport final, l'utilisation de la dimension client (SCD Type 2) permet de recommander des actions spécifiques basées sur l'évolution du segment client (Bronze, Silver, Gold, Platinum) au fil du temps.