

# Samantha Lang

Data Analyst

📞 06 61 62 47 53

@ [samantha.lang0905@gmail.com](mailto:samantha.lang0905@gmail.com)

 [samanthalang](#)



Ayant découvert le data-driven marketing durant mon cursus universitaire, j'ai développé un intérêt pour l'analyse de données, ce qui m'a conduit à choisir cette voie et à en faire mon futur métier.

Je cherche donc un **stage de 6 mois** conventionné en tant que **Data Analyst**.

Issue d'un parcours **marketing digital axé data-driven**, je bénéficie d'une expérience forte de 2 ans en tant que Chef de Projet Digital et Opérationnel, à la tête du pôle marketing. (alternance)

# Ce que je vous apporte.

Grâce à mes précédentes expériences, j'ai la chance d'avoir une **vision enrichie** et complémentaire au domaine de la data : celle d'une analyste dotée de la **sensibilité d'une consommatrice** et de la **stratégie d'une marketeuse**. Mon objectif est d'allier données et intuition pour vous aider à prendre des décisions impactantes.

Bien que je ne sois pas encore une experte, l'**énergie** et la **détermination** que je déploie démontrent ma volonté profonde de devenir une data analyst accomplie. Grande curieuse, je m'investis pleinement pour développer mes compétences en data analyse, que ce soit à travers des formations (Udemy, DataCamp) ou des projets. J'aime relever les défis, me former aux outils et aux méthodes les plus récents, et me surpasser pour transformer cette ambition en réalité.

# Mes compétences techniques

## Hard Skills

SQL (Postgre,  
BigQuery,  
MySQL)

Data viz :  
Power BI

Excel, Power  
Query

Base en Python

```
SELECT EmployeeID  
FROM Employees  
WHERE HireDate B
```

```
SELECT EmployeeID,  
WHERE City IN ('New'
```

```
SELECT EmployeeID  
FROM Employees  
WHERE HireDate N
```

## Certificates

IBM Data  
Analyst

Google Analytics  
Certificate

INSIDE LVMH



Projet 1 :

**Analyse des clients pour optimiser la stratégie  
commerciale (AdventureWorks)**

## **Introduction :**

Dans le cadre de ce projet, j'ai choisi d'explorer la base de données AdventureWorks, qui est une entreprise fictive, en me concentrant sur l'analyse des clients et à leur impact sur le chiffre d'affaires. Ce sujet s'inscrit dans la continuité de mon expérience en marketing, où la compréhension des clients et la segmentation sont essentielles pour orienter les décisions stratégiques.

Mon objectif est de mettre en pratique mes compétences en data analyse pour identifier les segments clients les plus rentables et proposer des actions concrètes pour optimiser les performances commerciales.

## **Problématique :**

Quels sont les segments clients qui génèrent le plus de revenus et comment ces insights peuvent-ils être utilisés pour optimiser la stratégie commerciale d'AdventureWorks?

## **Réflexion :**

La première réflexion que je me suis faite concernant ma problématique était : “Quelles sont les tables qui vont être les plus pertinentes pour mon analyse ?”

J'ai donc dans un premier temps construit une méthodologie qui permettra de répondre au mieux à ma problématique.

# Méthodologie



**Exploration  
des  
données**



**Préparation**



**Analyse**



**Recommandations**



# Méthodologie :

## 1. Exploration des données

```
1 -- J'explore les tables dont j'ai besoin en identifiant les champs nécessaires
2
3 v SELECT *
4   FROM person.person;
5
6 -- 2
7
8 v SELECT *
9   FROM sales.customer; -- on s'intéresse au champ customerid pour identifier les clients
10
11 -- 3
12
13 v SELECT *
14   FROM sales.salesorderheader;
15
16 -- 4
17
18 v SELECT *
19   FROM sales.salesorderdetail -- on s'intéresse au champ unitprice pour calculer les revenus générés
```

Les données nécessaires ont été extraites de plusieurs tables de la base AdventureWorks :

- person.person
- sales.customer
- sales.salesorderheader
- sales.salesorderdetail

On va segmenter les clients avec des critères simples : par région, le montant total des commandes passées, et le nombre de commandes effectuées.

## 2. Préparation des données

```
SELECT
    t.name AS region,
    SUM(soh.totaldue) AS revenu_total
FROM
    sales.salesorderheader AS soh
JOIN
    sales.salesterritory t ON soh.territoryid = t.territoryid
GROUP BY
    t.name
ORDER BY
    revenu_total DESC;
```



	region character varying (50)	revenu_total numeric
1	Southwest	27150594.5893
2	Canada	18398929.1880
3	Northwest	18061660.3710
4	Australia	11814376.0952
5	Central	8913299.2473
6	Southeast	8884099.3669
7	United Kingdom	8574048.7082
8	France	8119749.3460
9	Northeast	7820209.6285
10	Germany	5479819.5755

Nous avons donc là la liste des territoires avec son chiffre d'affaires total généré dans chaque région.

Pour identifier les clients les plus rentables, on va regrouper les données par client avec cette requête :

```
SELECT
    c.customerid,
    p.firstname || ' ' || p.lastname AS nom_complet,
    SUM(soh.totaldue) AS revenu_total
FROM
    sales.customer c
JOIN
    sales.salesorderheader soh ON c.customerid = soh.customerid
JOIN
    person.person p ON c.personid = p.businessentityid
GROUP BY
    c.customerid, p.firstname, p.lastname
ORDER BY
    revenu_total DESC;
```



	customerid [PK] integer	nom_complet text	revenu_total numeric
1	29818	Roger Harui	989184.0820
2	29715	Andrew Dixon	961675.8596
3	29722	Reuben D'sa	954021.9235
4	30117	Robert Vessa	919801.8188
5	29614	Ryan Calafato	901346.8560
6	29639	Joseph Castellucio	887090.4106
7	29701	Kirk DeGrasse	841866.5522
8	29617	Lindsey Camacho	834475.9271
9	29994	Robin McGuigan	824331.7682
10	29646	Stacey Cereghino	820383.5466
11	29580	Richard Bready	815914.2534
12	29827	Valerie Hendricks	801766.2100
13	29497	François Ferrier	789884.2937
14	29716	Blaine Dockter	781073.7175
15	29913	Anton Kirilov	757449.6804
16	30103	Mandy Vance	725867.1659
17	29957	Kevin Liu	718258.8109

Suite à la requête, nous obtenons la liste des clients avec leur chiffre d'affaires total.

Maintenant qu'on a préparé ces données, on va pousser l'analyse en créant des segments :

- **Premium** : Clients avec un chiffre d'affaires > 10 000.
- **Potentiels** : CA entre 5 000 et 10 000.
- **Non\_premium** : CA < 5 000.

```
SELECT
    c.customerid,
    p.firstname || ' ' || p.lastname AS nom_complet,
    SUM(soh.totaldue) AS revenu_total,
    CASE
        WHEN SUM(soh.totaldue) > 10000 THEN 'Premium'
        WHEN SUM(soh.totaldue) BETWEEN 5000 AND 10000 THEN 'Potentiels'
        ELSE 'Non_Premium'
    END AS segment
FROM
    sales.customer c
JOIN
    sales.salesorderheader soh ON c.customerid = soh.customerid
JOIN
    person.person p ON c.personid = p.businessentityid
GROUP BY
    c.customerid, p.firstname, p.lastname
ORDER BY
    revenu_total DESC;
```



	customerid [PK] integer	nom_complet text	revenu_total numeric	segment text
1	29818	Roger Harui	989184.0820	Premium
2	29715	Andrew Dixon	961675.8596	Premium
3	29722	Reuben D'sa	954021.9235	Premium
4	30117	Robert Vessa	919801.8188	Premium
5	29614	Ryan Calafato	901346.8560	Premium
6	29639	Joseph Castellucio	887090.4106	Premium
7	29701	Kirk DeGrasse	841866.5522	Premium
8	29617	Lindsey Camacho	834475.9271	Premium
9	29994	Robin McGuigan	824331.7682	Premium
10	29646	Stacey Cereghino	820383.5466	Premium
11	29580	Richard Bready	815914.2534	Premium
12	29827	Valerie Hendricks	801766.2100	Premium

### 3. Analyse des données

Les données ont été analysées pour répondre à la problématique:

- Analyse des revenus par région.
- Classement des clients par chiffre d'affaires.
- Segmentation des clients en trois catégories : Premium, Potentiels, et Non Premium.

#### **Analyse des revenus par région :**

##### **1. Southwest domine en termes de chiffre d'affaires**

La région Southwest est la plus rentable. Cela représente probablement une part importante du chiffre d'affaires global.

Il faudrait Identifier ce qui fonctionne dans cette région (stratégies marketing, produits les plus vendus, profils clients...) pour pouvoir répliquer les pratiques dans d'autres régions, tout en respectant les cultures/coutumes associées.

## **2. Northwest et Canada suivent de près**

Les régions Northwest et Canada sont également des contributeurs majeurs. Cependant, même si elles ont des très bons résultats, il pourrait être pertinent d'identifier des moyens d'améliorer leur performance, par exemple en étudiant les segments clients sous-exploités.

## **3. Faibles performances en Allemagne**

La région Germany a le revenu total le plus faible, de loin comparé à la première région. Il serait intéressant d'analyser pourquoi cette région est moins performante (offre moins adaptée, faible engagement client...) et de mettre en place des campagnes marketing ou simplement ajuster l'offre pour cette région.

## **4. Fort potentiel d'amélioration dans les régions centrales et en France**

Les régions Central et France sont dans la partie inférieure du classement mais restent au-dessus de Germany. Avec des efforts ciblés, ces régions pourraient facilement augmenter leur contribution au chiffre d'affaires global (notamment en faisant des campagnes spécifiques, ou encore en analysant les produits les plus performants localement).

## **5. Analyse des opportunités internationales**

Les régions internationales comme United Kingdom et Germany pourraient représenter des marchés moins matures mais à fort potentiel si une stratégie efficace est appliquée. Il faudrait étudier les besoins spécifiques de ces régions pour développer des offres qui soit adaptées au marché et à la clientèle.

#### 4. Recommandations

##### **1. Maximiser les revenus dans les meilleures régions :**

- Mettre davantage de ressources dans les régions Southwest, Northwest et Canada pour consolider leur domination.
- Explorer les segments clients et produits qui fonctionnent particulièrement bien dans ces régions.

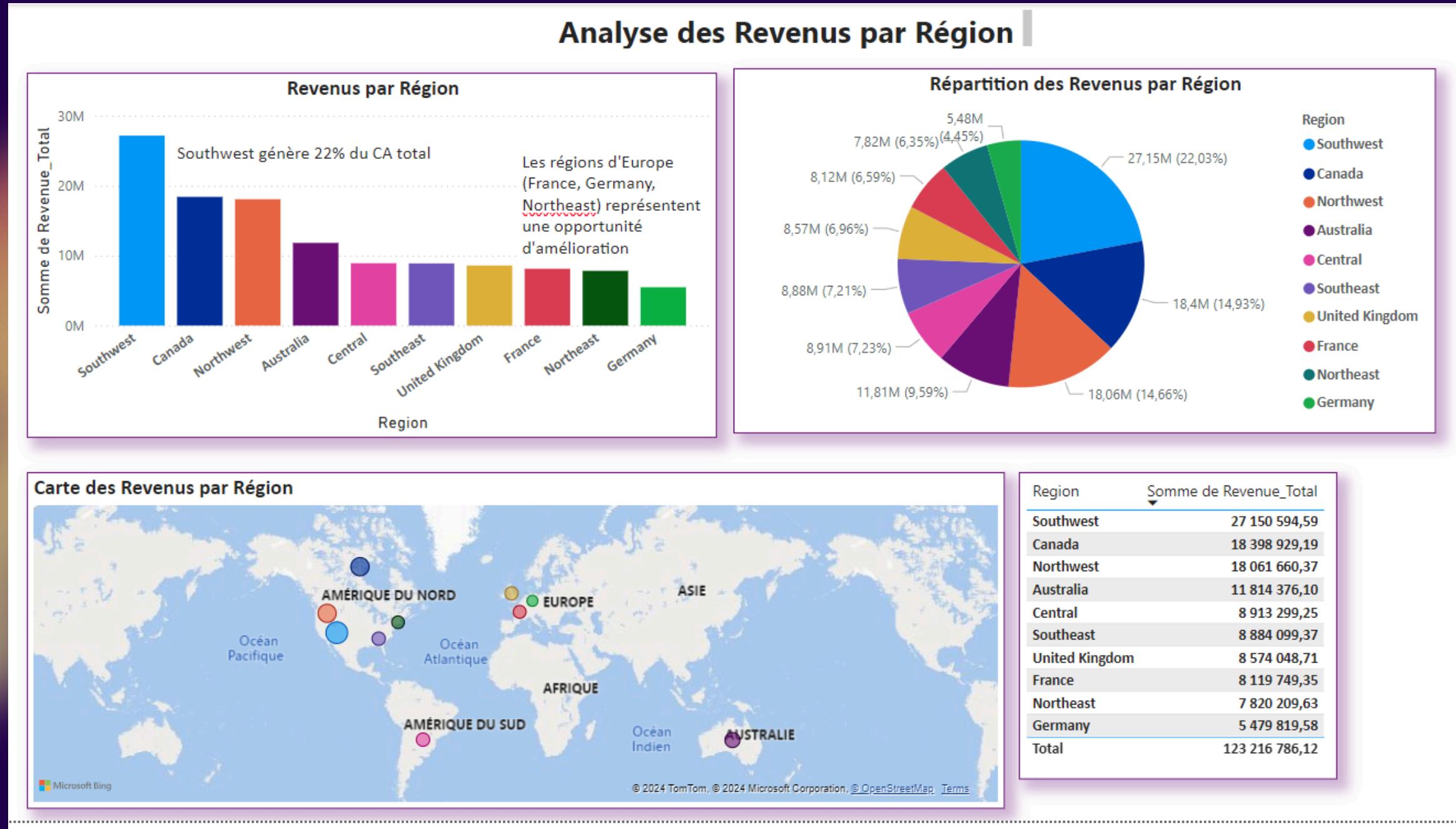
##### **2. Réengager les régions faibles :**

- Pour Germany et les régions centrales, concevoir des stratégies marketing ou des offres adaptées pour stimuler les ventes.

##### **3. Prioriser les analyses segmentées :**

Étudier les performances par type de produit ou par segment client dans chaque région pour identifier les opportunités d'amélioration.

# Visualisation sur PowerBI :



# Conclusion

Ce projet m'a permis d'explorer et d'analyser les performances régionales d'une entreprise fictive grâce à la base de données AdventureWorks. J'ai découvert que la région Southwest domine avec 22 % du chiffre d'affaires total, alors que certaines régions européennes, comme France, Germany et Northeast, montrent un vrai potentiel de croissance.

Ce travail m'a aidée à :

- Transformer des données brutes en insights concrets.
- Identifier des axes stratégiques d'amélioration, comme la fidélisation des régions performantes et le développement des zones sous-exploitées.
- Créer des visualisations pertinentes avec Power BI.

Ce projet confirme mon envie d'évoluer dans la data analyse. Il m'a montré que j'aime autant travailler sur les chiffres que raconter une histoire à travers eux, avec des insights qui peuvent vraiment faire la différence. Je suis impatiente de continuer à développer mes compétences et à les appliquer à des projets réels.

**Avec moi, vos données ne seront plus qu'un simple tableau, mais une vraie source de décisions stratégiques.**

**Samantha Lang, data analyste avec une vision marketing qui fait la différence.**

📞 06 61 62 47 53

@ samantha.lang0905@gmail.com

in samanthalang