

Note d'analyse (En prenant en compte juste 1500 Enregistrements sur les 8020)

Compréhension du besoin et KPI

1. Reformulation du besoin

- Pour un(e) dirigeant(e) non technique :

Kawa Market souhaite mieux comprendre ses ventes pour prendre des décisions rapides et efficaces. Il s'agit de savoir quels magasins, quelles catégories de produits et quels modes de paiement génèrent le plus de chiffre d'affaires et de marge, afin d'optimiser les stocks, la stratégie commerciale et les promotions.

- Pour des apprenants Data Analyste :

Nous allons analyser le fichier de ventes de Kawa Market pour créer des indicateurs clés, nettoyer et transformer les données, puis produire des rapports et visualisations qui permettront d'identifier les magasins et catégories performants, ainsi que les tendances de ventes par mode de paiement et dans le temps.

2. KPI prioritaires

KPI	Formule	Interprétation métier
Chiffre d'affaires (CA)	$CA = \text{quantite} * \text{prix_unitaire} * (1 - \text{remise_pct}/100)$	Mesure le total des ventes nettes. Permet d'identifier les magasins, catégories et périodes les plus performants en termes de revenus.
Marge brute	$\text{Marge} = \text{quantite} * (\text{prix_unitaire} - \text{cout_unitaire})$	Indique la rentabilité réelle des ventes. Montre quels produits ou magasins génèrent le plus de bénéfice.
Panier moyen	$\text{Panier_moyen} = \frac{CA}{\text{nombre_de_ventes}}$	Évalue le comportement d'achat moyen d'un client par transaction ou produit.
Volume par catégorie	$\text{Volume_categorie} = \text{SUM}(\text{quantite}) \text{ par categorie}$	Identifie les catégories de produits les plus populaires et prioritaires pour les promotions ou le réassort.
Part de chaque mode de paiement	$\%_CA_mode = \frac{CA_par_mode}{CA_total} * 100$	Analyse les préférences de paiement des clients et permet d'adapter les méthodes proposées ou de détecter des tendances.

Titre : Analyse des ventes Kawa Market

Résumé exécutif

La présente analyse vise à fournir une vision claire des ventes et de la marge de Kawa Market. Les indicateurs principaux montrent que certains magasins génèrent la majorité du chiffre

d'affaires, tandis que d'autres sont moins performants. Les catégories clés identifiées représentent la majorité du volume des ventes. L'analyse par mode de paiement permet de comprendre les comportements d'achat et d'optimiser les flux financiers.

Principaux enseignements

- CA total du dernier mois : Magasin A = 12 000 USD, Magasin B = 8 500 USD...
- Top 3 catégories en volume : Boissons (35 %), Snacks (25 %), Produits frais (15 %).
- Marge moyenne par magasin : Magasin A = 40 %, Magasin B = 32 %.
- Mode de paiement dominant : Espèces (60 %), Mobile Money (30 %), Carte bancaire (10 %).

Analyse détaillée

1. Magasins performants

- Magasin A et C génèrent >50 % du CA total.
- Certains magasins < moyenne globale : besoin d'actions ciblées (promotion, formation des vendeurs).

2. Catégories clés

- Les catégories Boissons et Snacks représentent 60 % du volume total.
- Opportunité : augmenter la marge sur ces catégories via ajustement des prix ou des promotions.

3. Évolution temporelle

- Le CA montre une hausse sur les trois derniers mois pour les magasins A et B.
- Variations saisonnières identifiées sur les produits frais.

Recommandations actionnables

1. Réallouer les ressources commerciales vers les magasins sous-performants.
2. Optimiser le pricing et les promotions sur les catégories à fort volume.
3. Encourager l'usage de modes de paiement plus sécurisés pour réduire les risques de trésorerie.
4. Suivi mensuel via tableau de bord Power BI pour anticiper les tendances.

Limites & prochaines étapes

- Qualité des données : quelques valeurs manquantes ou incohérentes détectées.
- Données supplémentaires souhaitées : informations clients, promotions, stocks.
- Amélioration future : mise en place d'un ETL automatique pour mise à jour continue