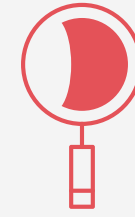


MILLÉSIMA
BORDEAUX

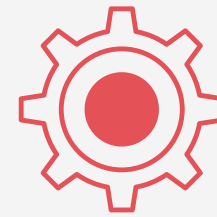
Data Marketing



Objectifs



Extraire des insights et comprendre la data



Classifier la donnée pour la rendre compréhensible



Relever les erreurs pour **optimiser** la stratégie commerciale

Analyse 1

Par pays

Objectifs

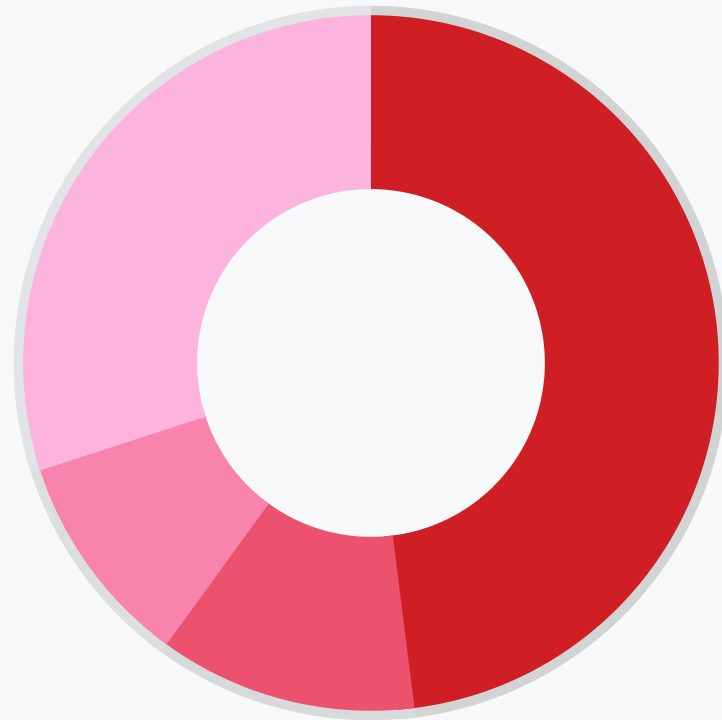
- Identifier les préférences des clients
- Distinguer les produits à succès
- Déterminer les canaux d'achats privilégiés
- Connaître la civilité des consommateurs



ANALYSE PAR PAYS

LES PAYS ENREGISTRANT LE PLUS DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Répartition du CA par pays en %



● France 48% ● Suisse 10% ● Allemagne 12% ● Autres 30%



France, Allemagne & Suisse

Représente 70% du CA total
Soit 206 862 296,62 €

Objectif

Concentrer notre étude sur ces 3 pays



ANALYSE PAR PAYS

LES PAYS ENREGISTRANT LE PLUS DE CHIFFRE D'AFFAIRES



FRANCE

140 601 507 €



ALLEMAGNE

36 746 954 €



SUISSE

29 463 834 €

Insights à collecter



Affinités des clients français



Couleur favorite



Canaux d'achats privilégiés



Panier moyen des consommateurs

A photograph of a wine glass filled with red wine, perched on a wooden barrel in a vineyard. The glass has a logo and text on it. The background is a lush green vineyard with rolling hills and a small building in the distance. A red banner with the word "France" is overlaid on the image.

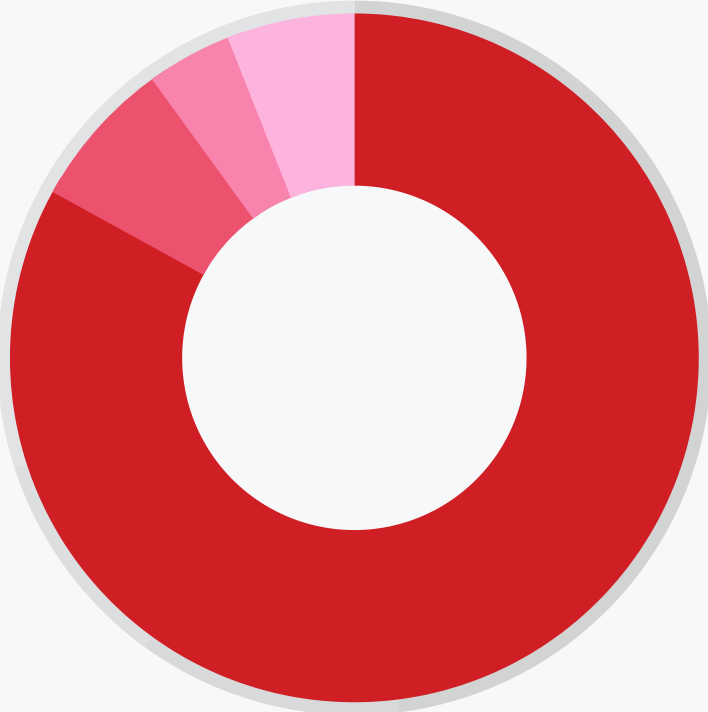
France



ZOOM SUR LA FRANCE

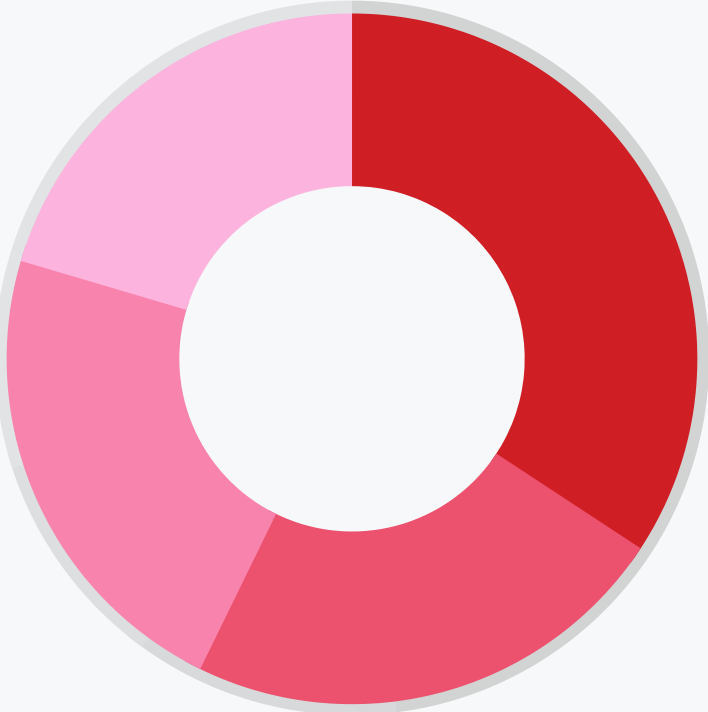
PAR AFFINITÉS DE RÉGIONS, DE MARQUE ET DE PRODUIT

Affinités de régions



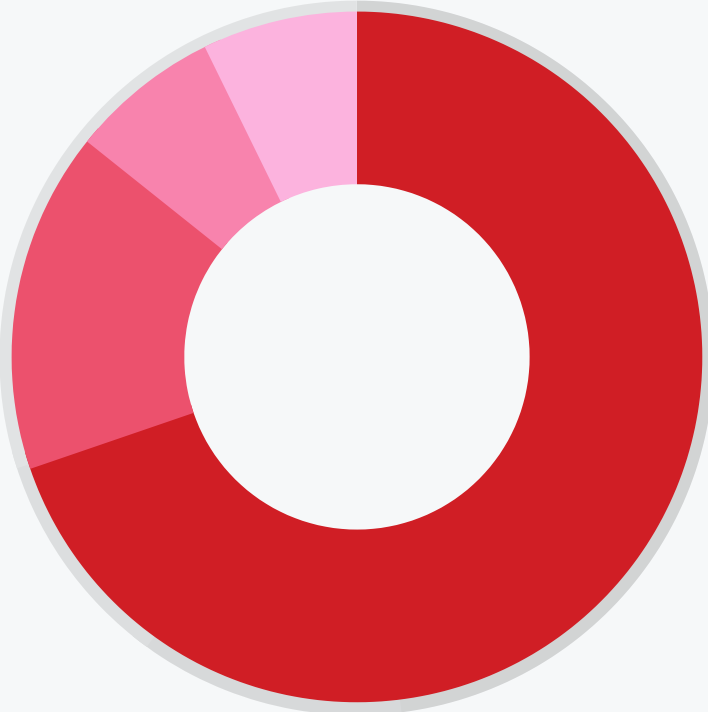
● Bordeaux 83% ● Bourgogne 7% ● Champagne 4%

Affinités de marques



● Peyrabon 34,2% ● Louis Latour 22,3% ● Lynch-bages 23% ● Talbot 20,4%

Affinités de produits



● Champagne 7% ● Vin 69,7%

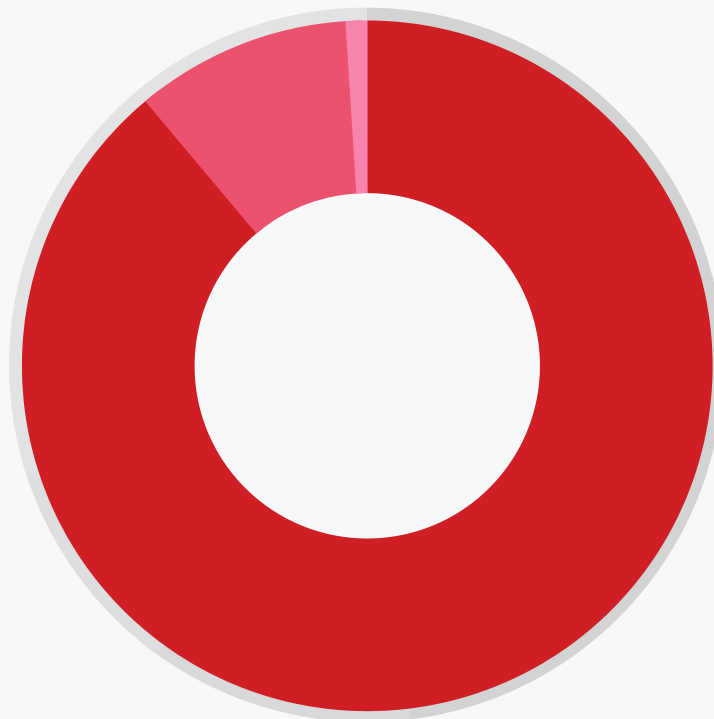


ZOOM SUR LA FRANCE

COULEUR PRÉFÉRÉE ET CANAL D'ACHAT PRIVILÉGIÉ

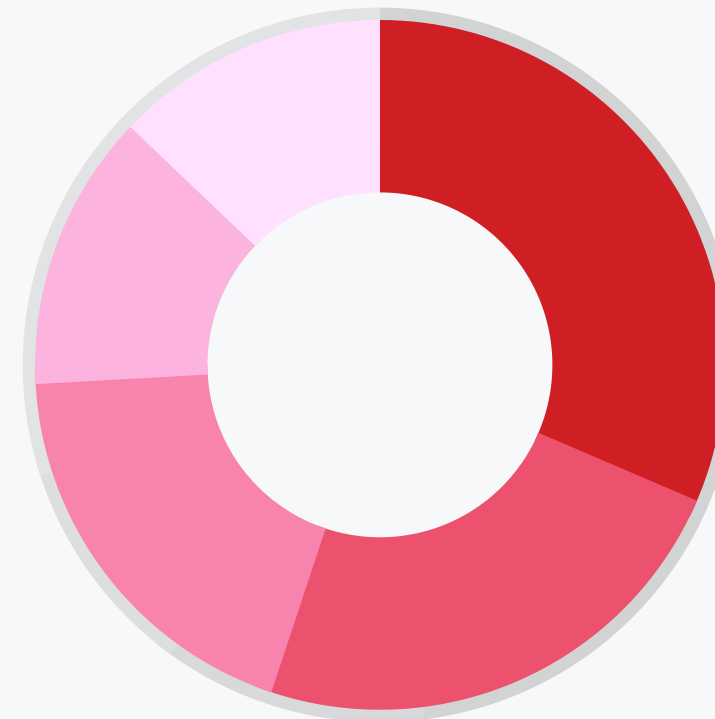
PAR COULEURS

CA par couleur



● Rouge 88% ● Blanc 10% ● Rosé 1%

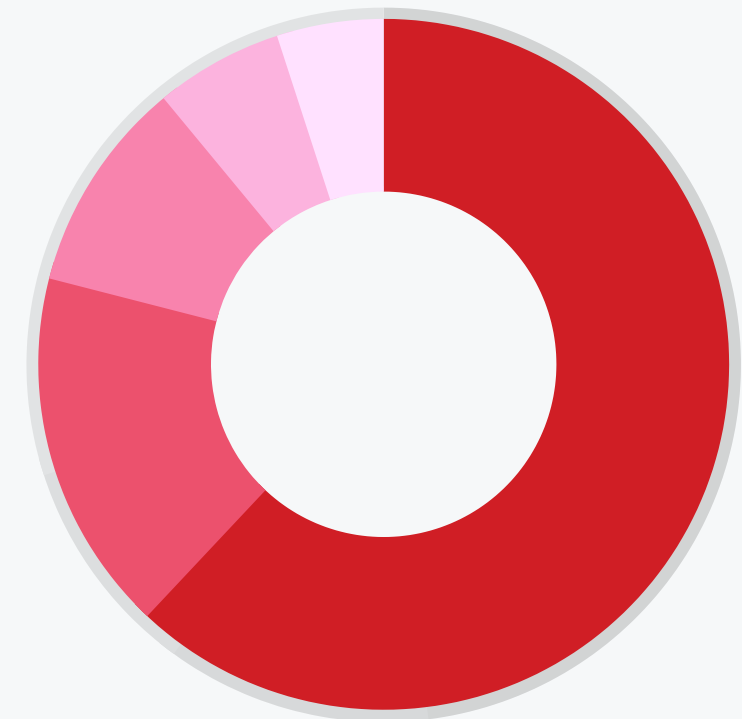
Montant moy. par couleur



● Rouge 1 252 € ● Rouge & blanc 942 € ● Blanc 757 € ● Rosé 513 €

CANAL D'ACHAT PRIVILIGIÉ

Canal d'achat

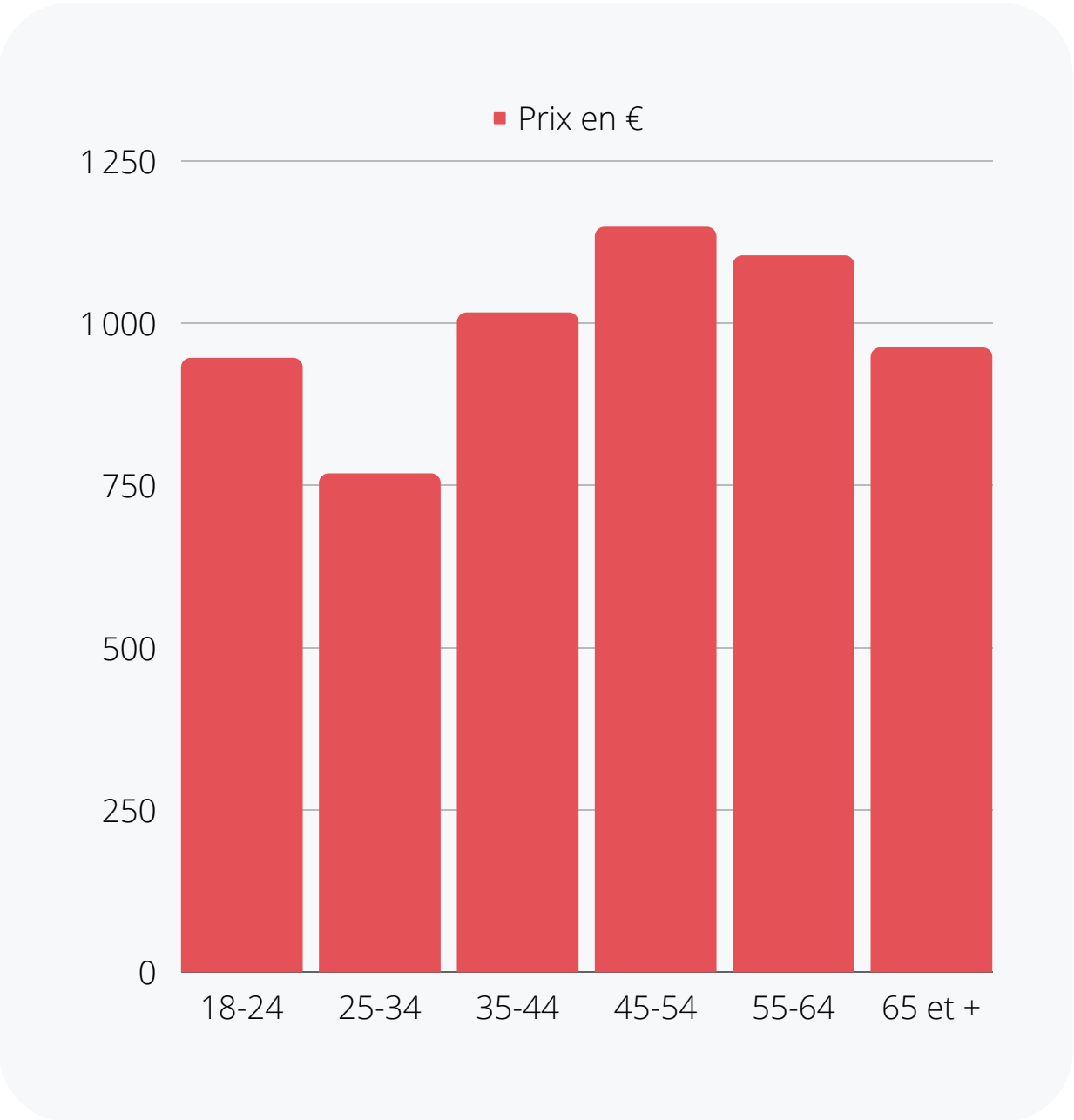


● Internet 62% ● Téléphone 10% ● Courrier 6%



ZOOM SUR LA FRANCE

MONTANT MOYEN PAR COMMANDE PAR DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES



Montant moyen par commande des français
(valeurs aberrantes comprises) **1082,39€**


18-24 ANS
946,85 €


25-34 ANS
768,74 €


35-44 ANS
1016,85 €


45-54 ANS
1148,26 €

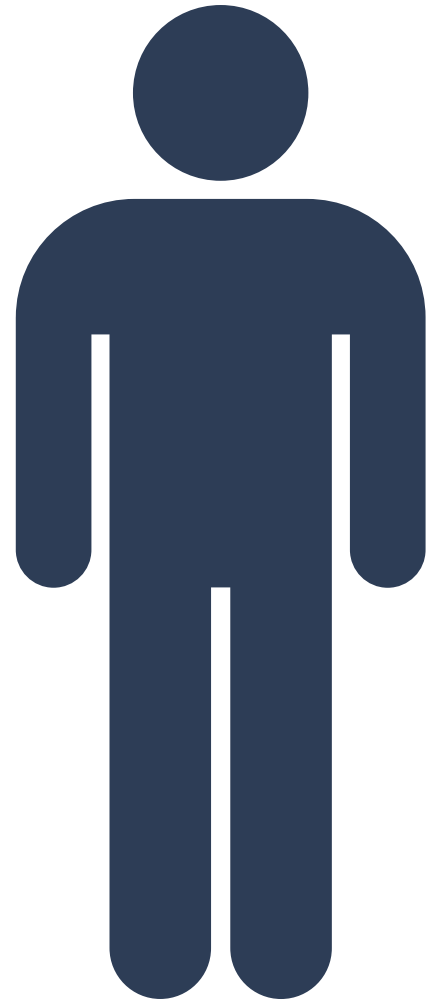
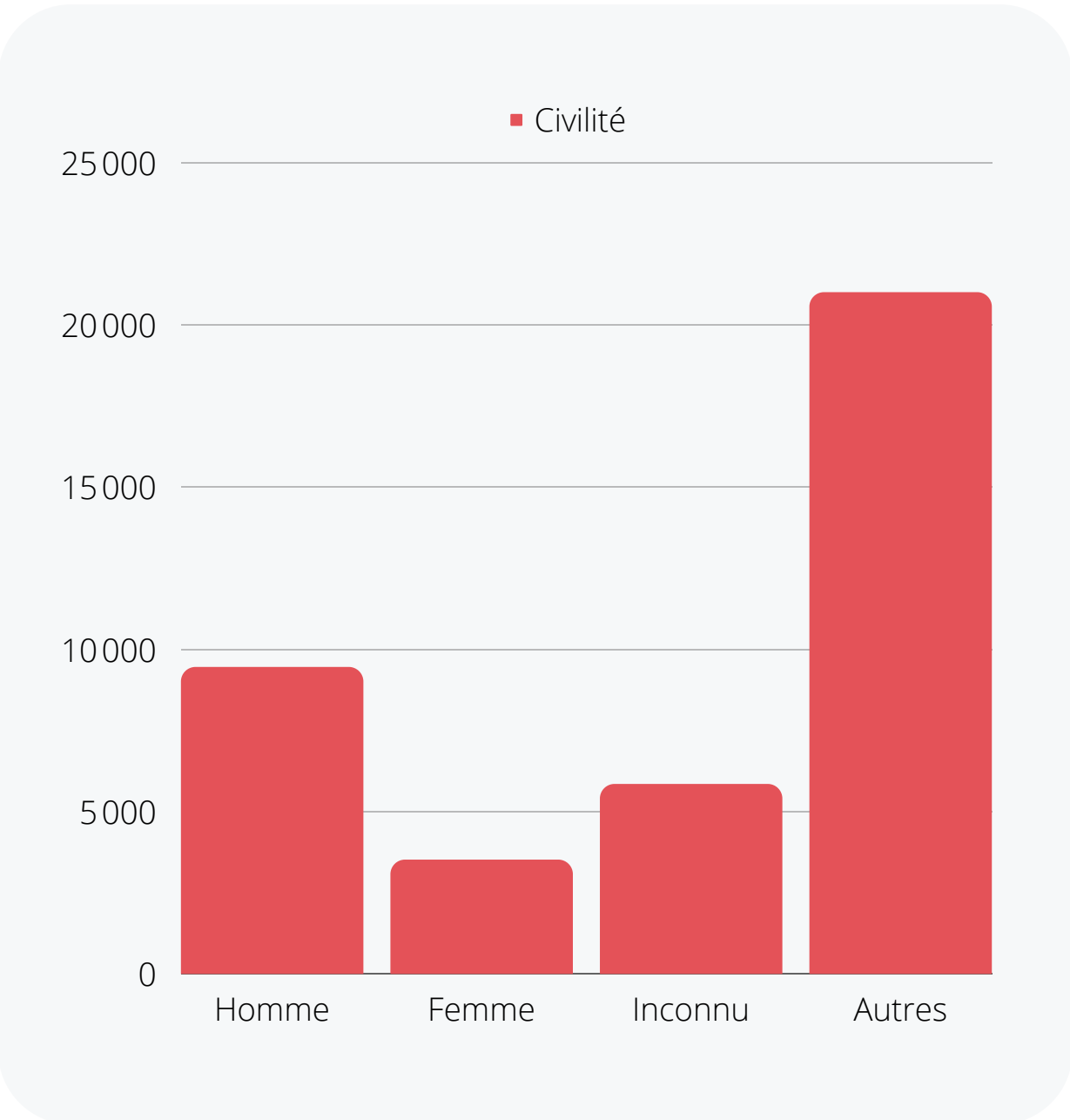

55-64 ANS
1104,94 €


65 ANS ET +
962,73 €



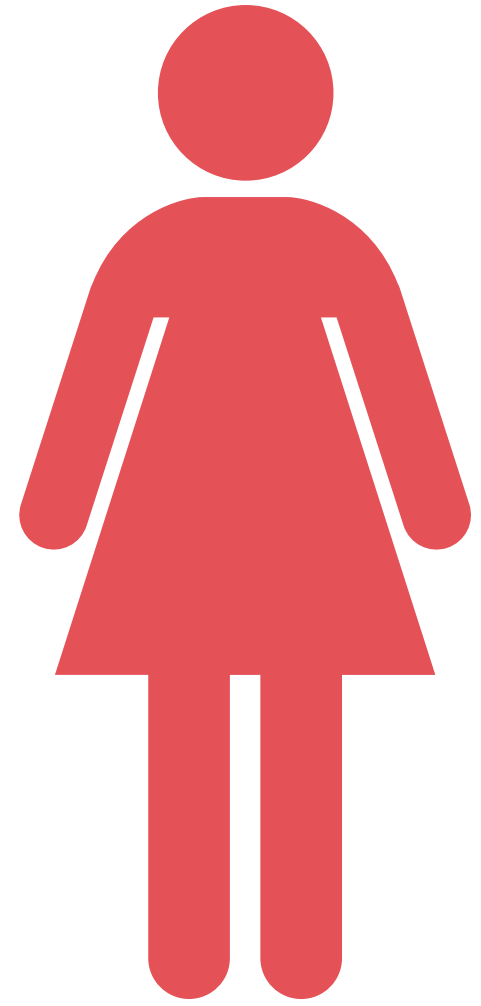
ZOOM SUR LA FRANCE

CIVILITÉ DES CLIENTS FRANÇAIS



HOMMES

9 447

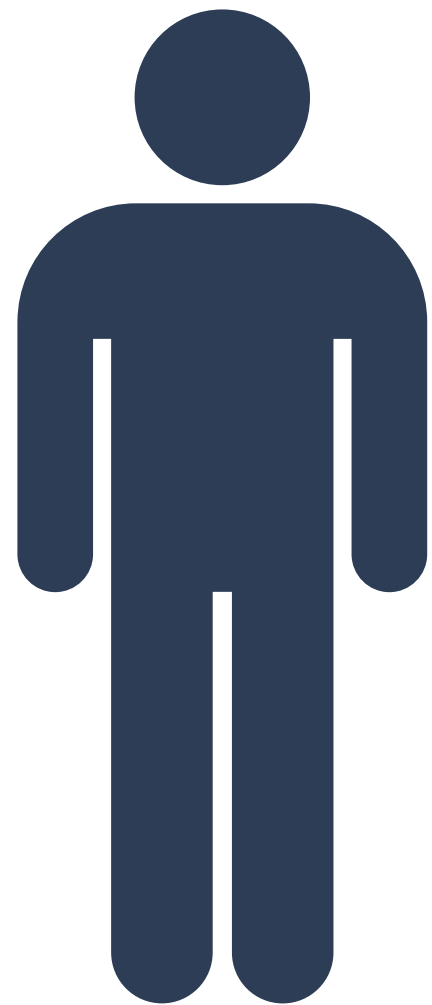


FEMMES

3 509

ZOOM SUR LA FRANCE

LE CLIENT IDÉAL FRANÇAIS ET SES PRÉFÉRENCES



HOMMES

55-64 ans



PRODUIT

Vin



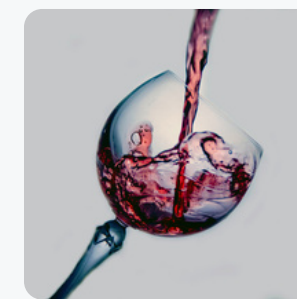
RÉGION

Bordeaux



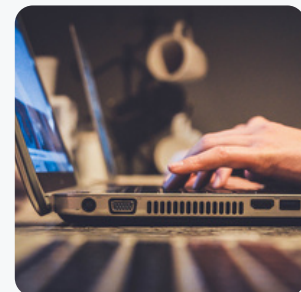
MARQUE

Château Montrose



COULEURS

Rouge



CANAL D'ACHAT

Internet

A photograph of a vineyard at sunset or sunrise. The foreground shows several grapevines with green leaves and some small clusters of grapes. The background is a vast field of grapevines stretching towards a horizon under a sky with soft, colorful clouds. A red rectangular banner is overlaid in the center of the image, containing the word "Allemagne" in white text.

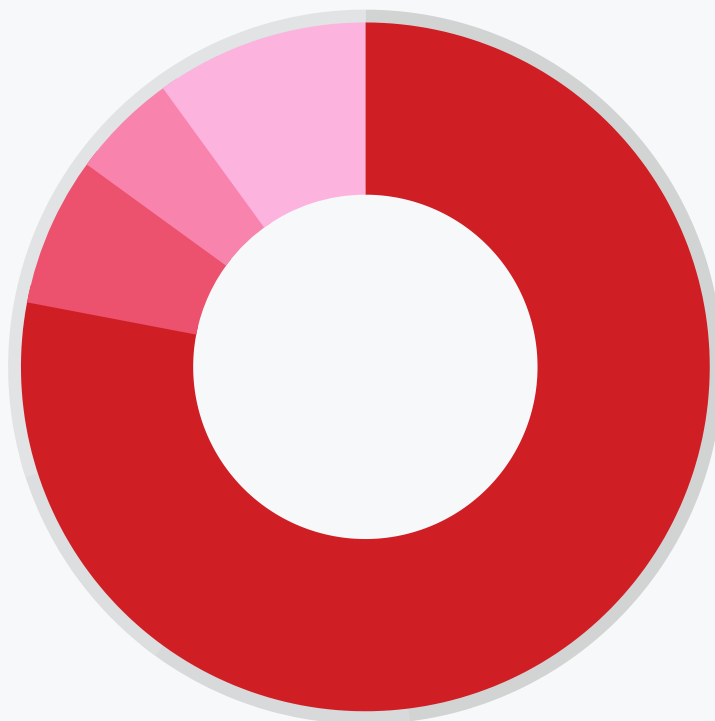
Allemagne



ZOOM SUR L'ALLEMAGNE

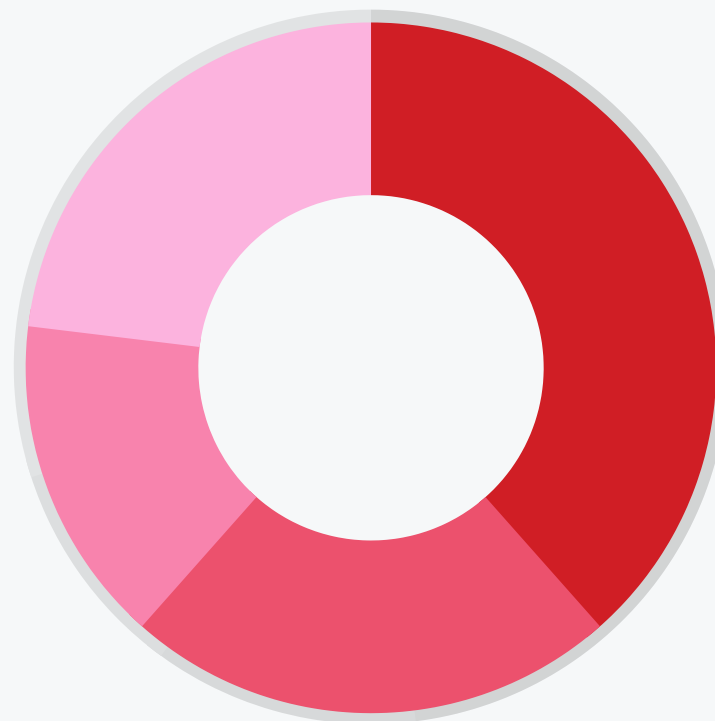
PAR AFFINITÉS DE RÉGIONS, DE MARQUE ET DE PRODUIT

Affinités de régions



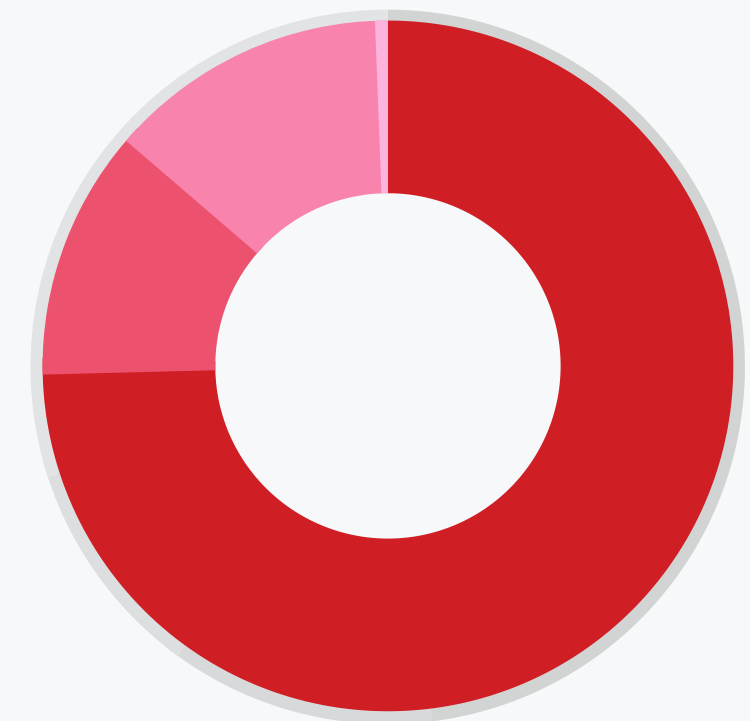
● Bordeaux 78% ● Bourgogne 7% ● Champagne 5%

Affinités de marques



● Peyrabon 38,5% ● Louis Latour 15,4% ● Lynch-bages 23,1% ● Pontet-canet 23,1%

Affinités de produits



● Champagne 7% ● Vin 69,7% ● Porto 0,6%

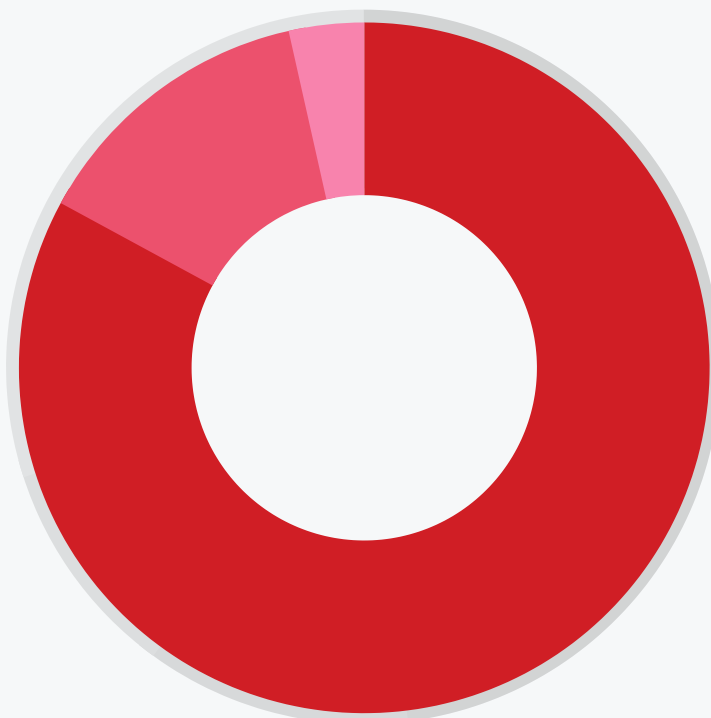
ZOOM SUR L'ALLEMAGNE

COULEUR PRÉFÉRÉE ET CANAL D'ACHAT PRIVILÉGIÉ

PAR COULEURS

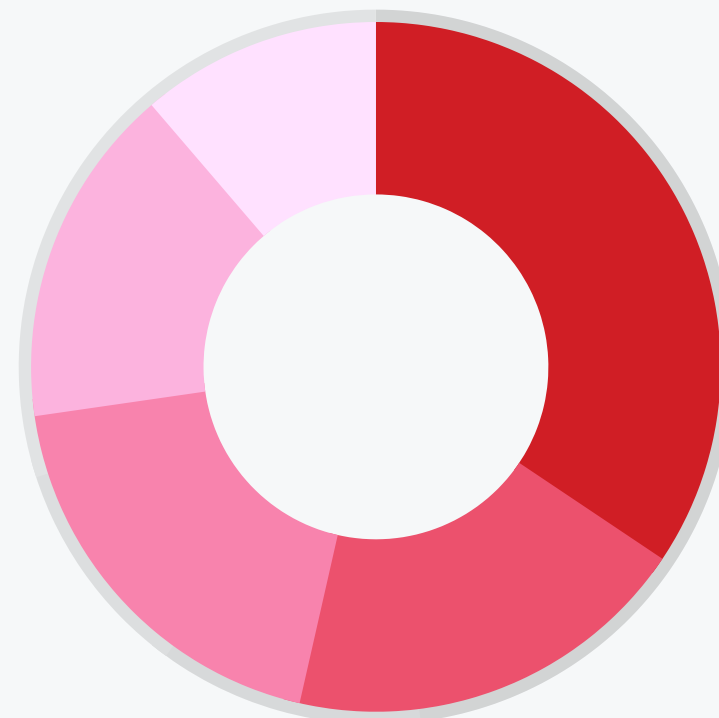
CANAL D'ACHAT PRIVILÉGIÉ

CA par couleur



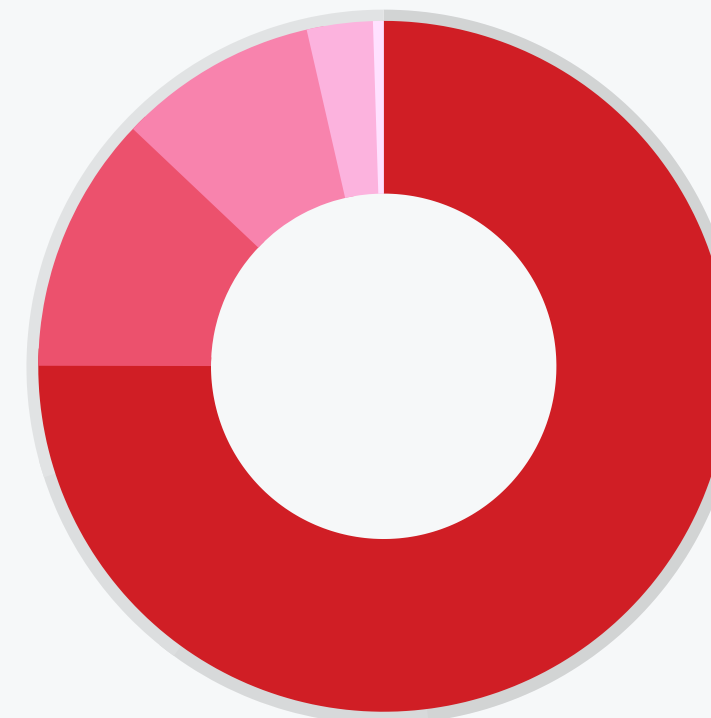
● Rouge	● Blanc	● Rosé
82,5%	13,5%	3,5%

Montant moy. par couleur



● Rouge	● Rouge & blanc	● Blanc	● Rosé
1 113 €	620 €	620 €	365 €

Canal d'achat



● Internet	● Téléphone	● Emails
75,4%	9,4%	3,1%

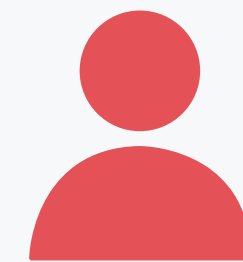
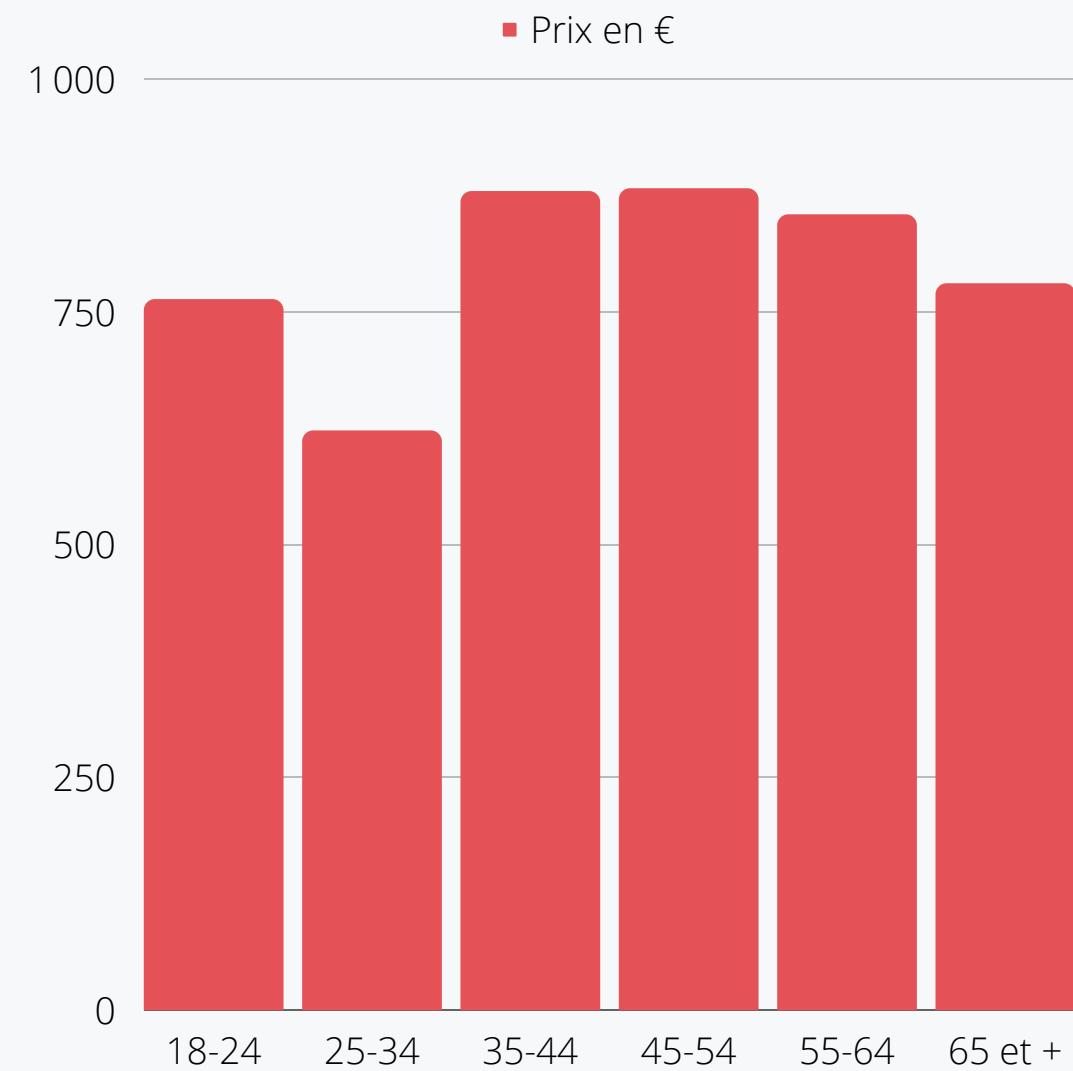


ZOOM SUR L'ALLEMAGNE

MONTANT MOYEN PAR COMMANDE PAR DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES

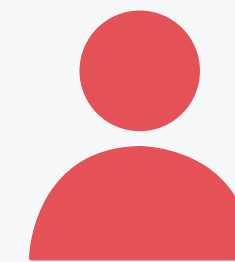
Montant moyen par commande des allemands
(valeurs aberrantes comprises)

857,56€



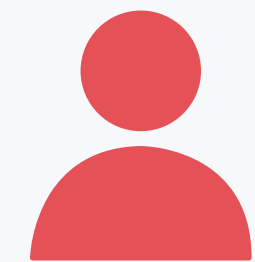
18-24 ANS

783,81 €



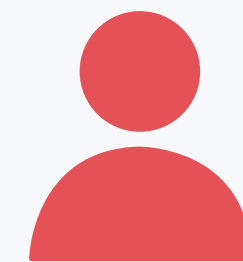
25-34 ANS

622,83 €



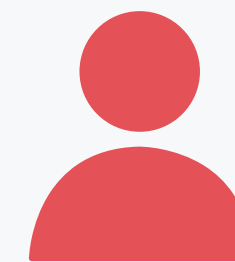
35-44 ANS

879,99 €



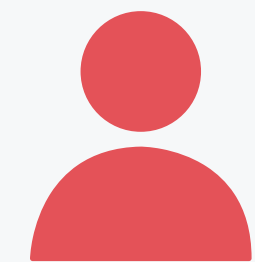
45-54 ANS

882,74 €



55-64 ANS

854,50 €

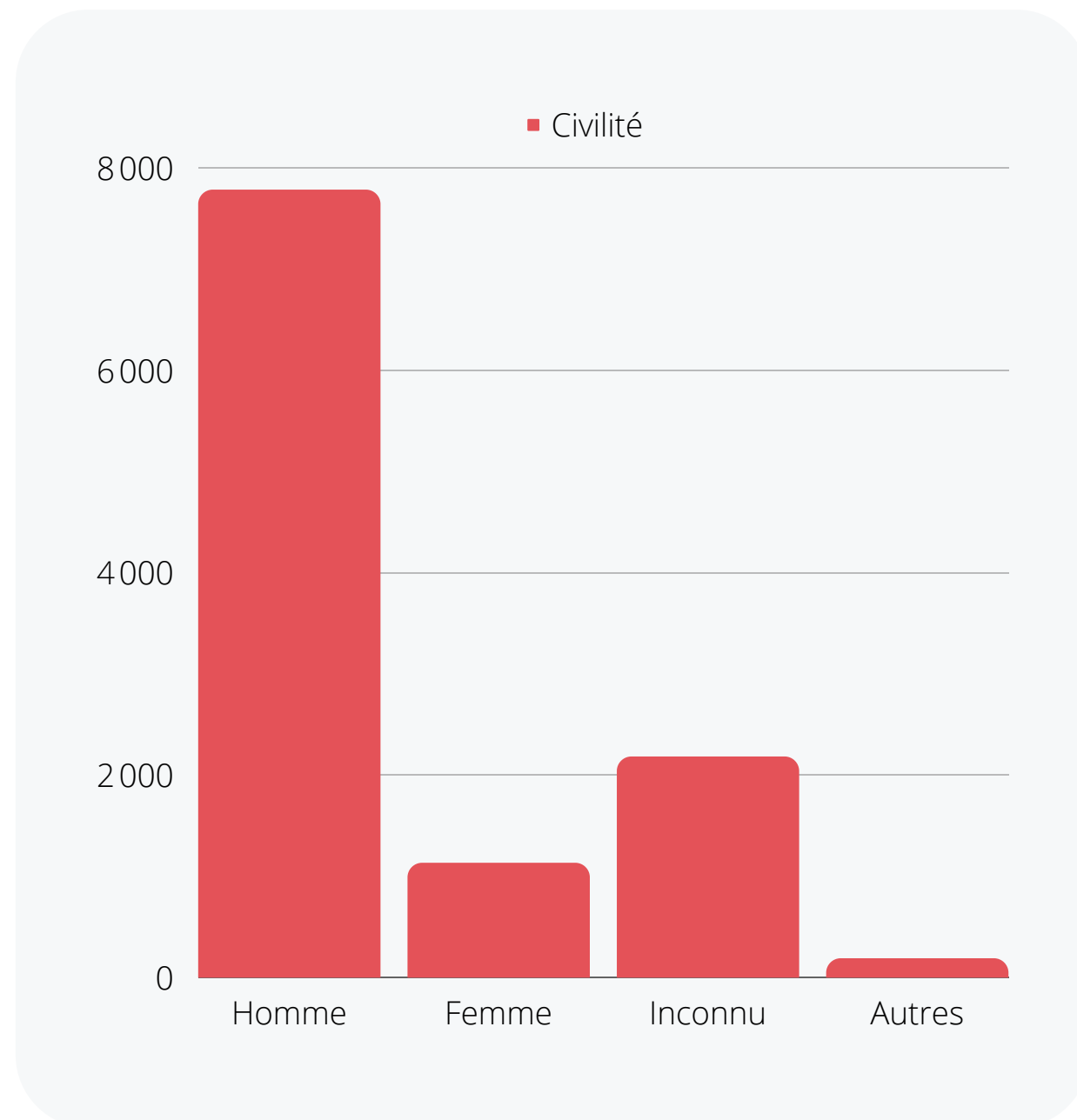


65 ANS ET +

784,97 €

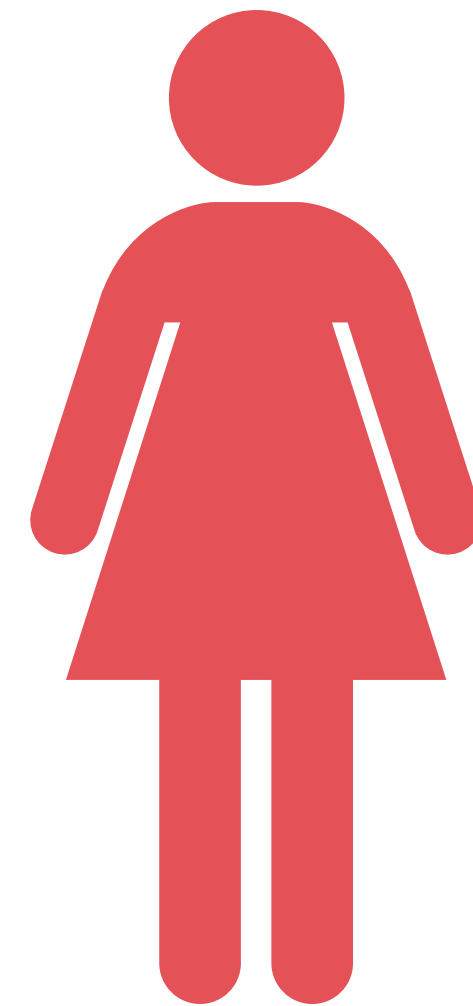
ZOOM SUR L'ALLEMAGNE

CIVILITÉ DES CLIENTS ALLEMANDS



HOMMES

7 779



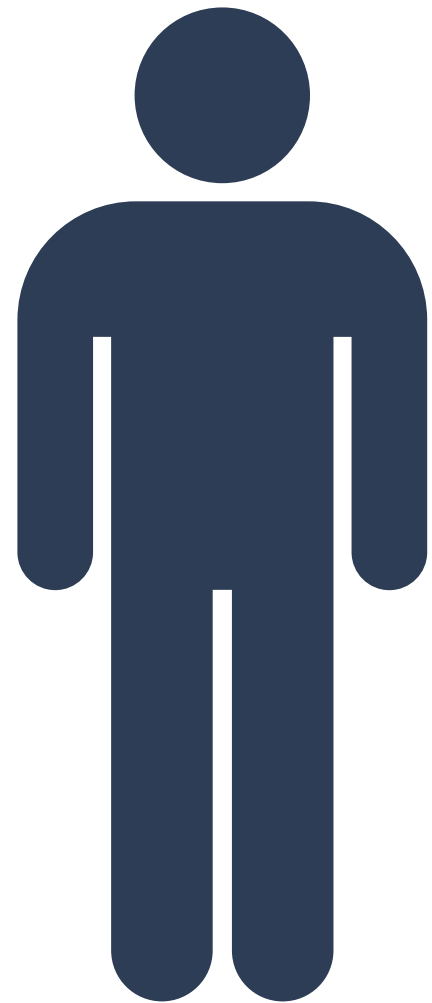
FEMMES

1 130



ZOOM SUR L'ALLEMAGNE

LE CLIENT IDÉAL ALLEMAND ET SES PRÉFÉRENCES



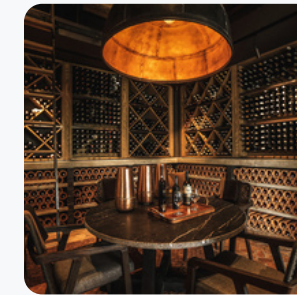
HOMMES

55-64 ans



PRODUIT

Vin



RÉGION

Bordeaux



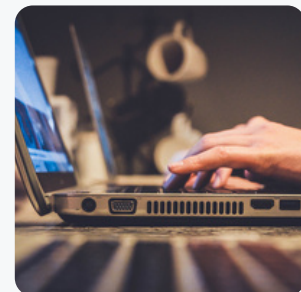
MARQUE

Château Peyrabon



COULEURS

Rouge



CANAL D'ACHAT

Internet



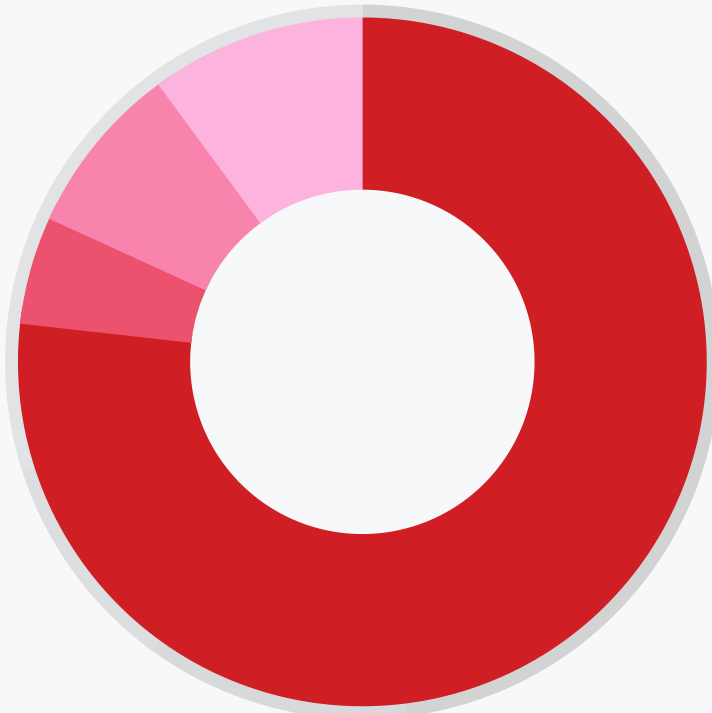
Suisse



ZOOM SUR LA SUISSSE

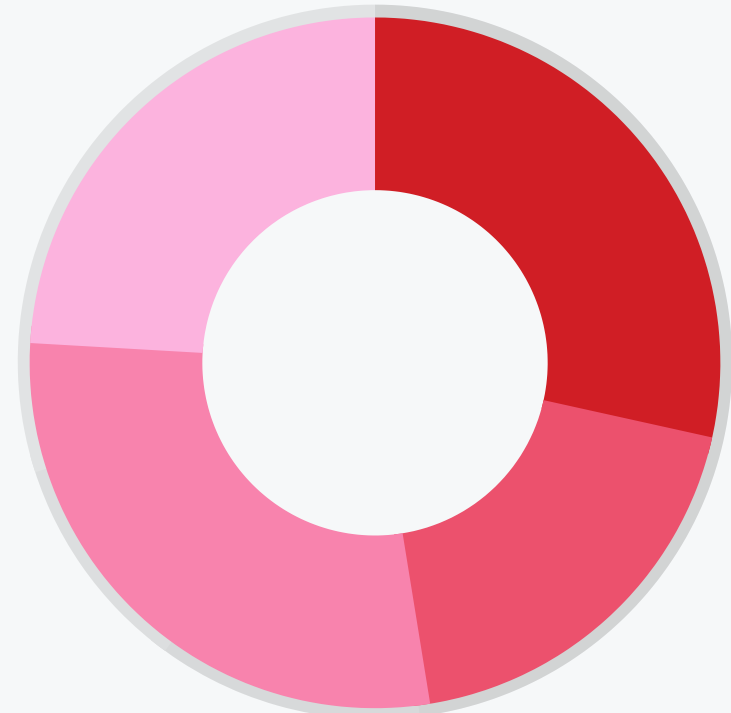
COULEUR PRÉFÉRÉE ET CANAL D'ACHAT PRIVILÉGIÉ

Affinités de régions



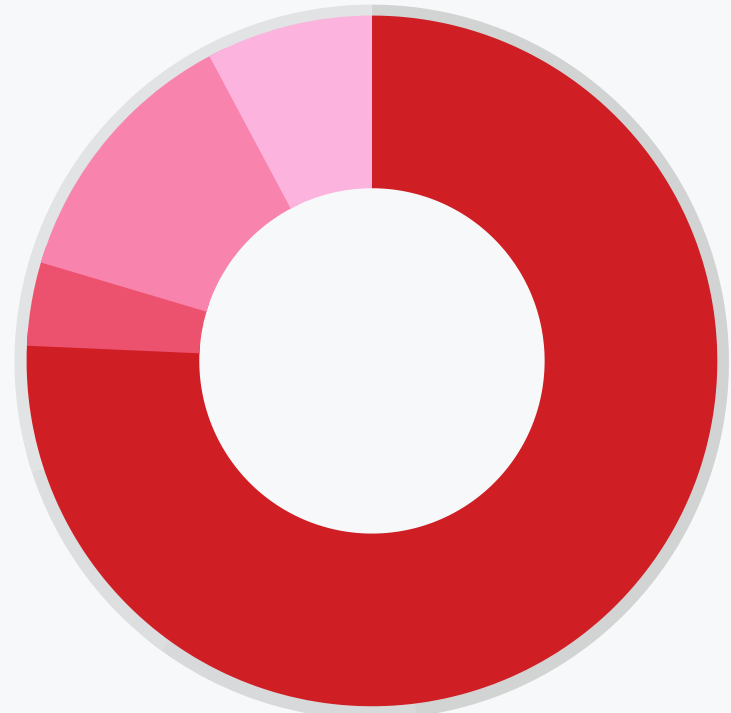
● Bordeaux 76% ● Bourgogne 5% ● Champagne 8%

Affinités de marques



● Montrose 27,3% ● Lynch-bages 18,2% ● Haut-Brion 27,3%

Affinités de produits

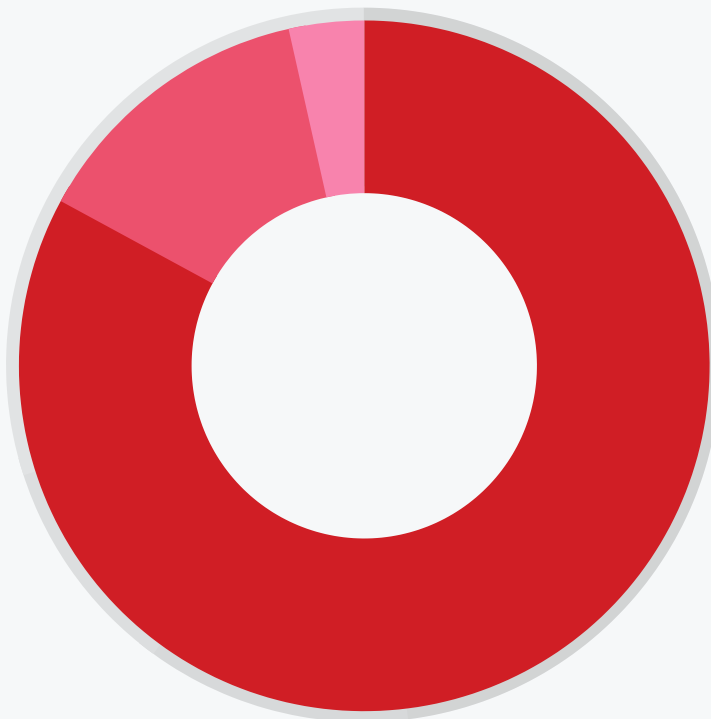


● Champagne 12,6% ● Vin 75,7% ● Porto 3,9%

ZOOM SUR LA SUISSE

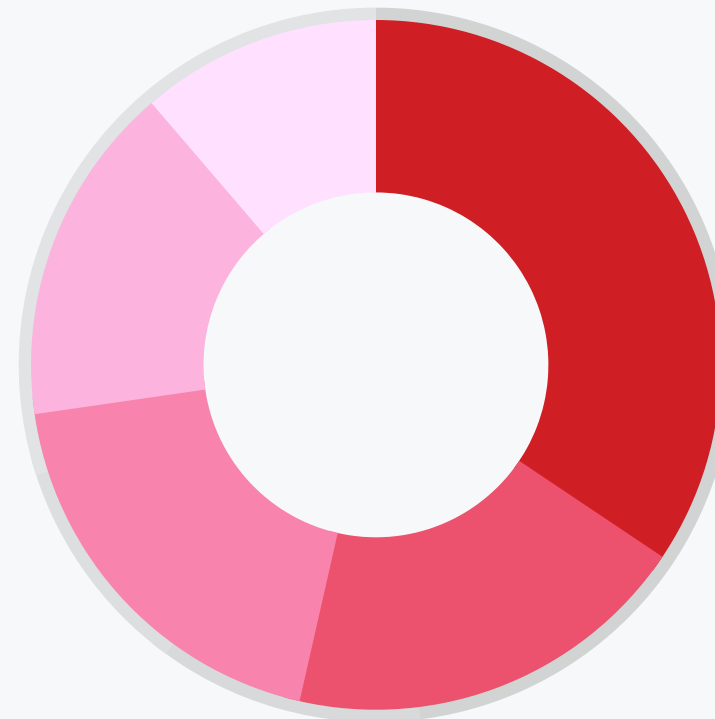
PAR COULEURS

CA par couleur



● Rouge	● Blanc	● Rosé
82%	14%	4%

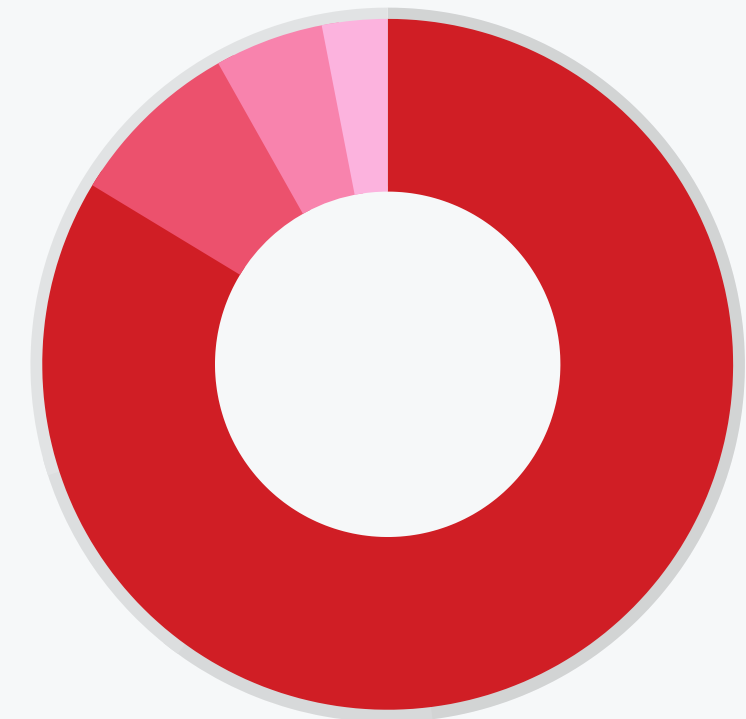
Montant moy. par couleur



● Rouge	● Rouge & blanc	● Blanc	● Rosé
1 294 €	880 €	839 €	581 €

CANAL D'ACHAT PRIVILIGIÉ

Canal d'achat

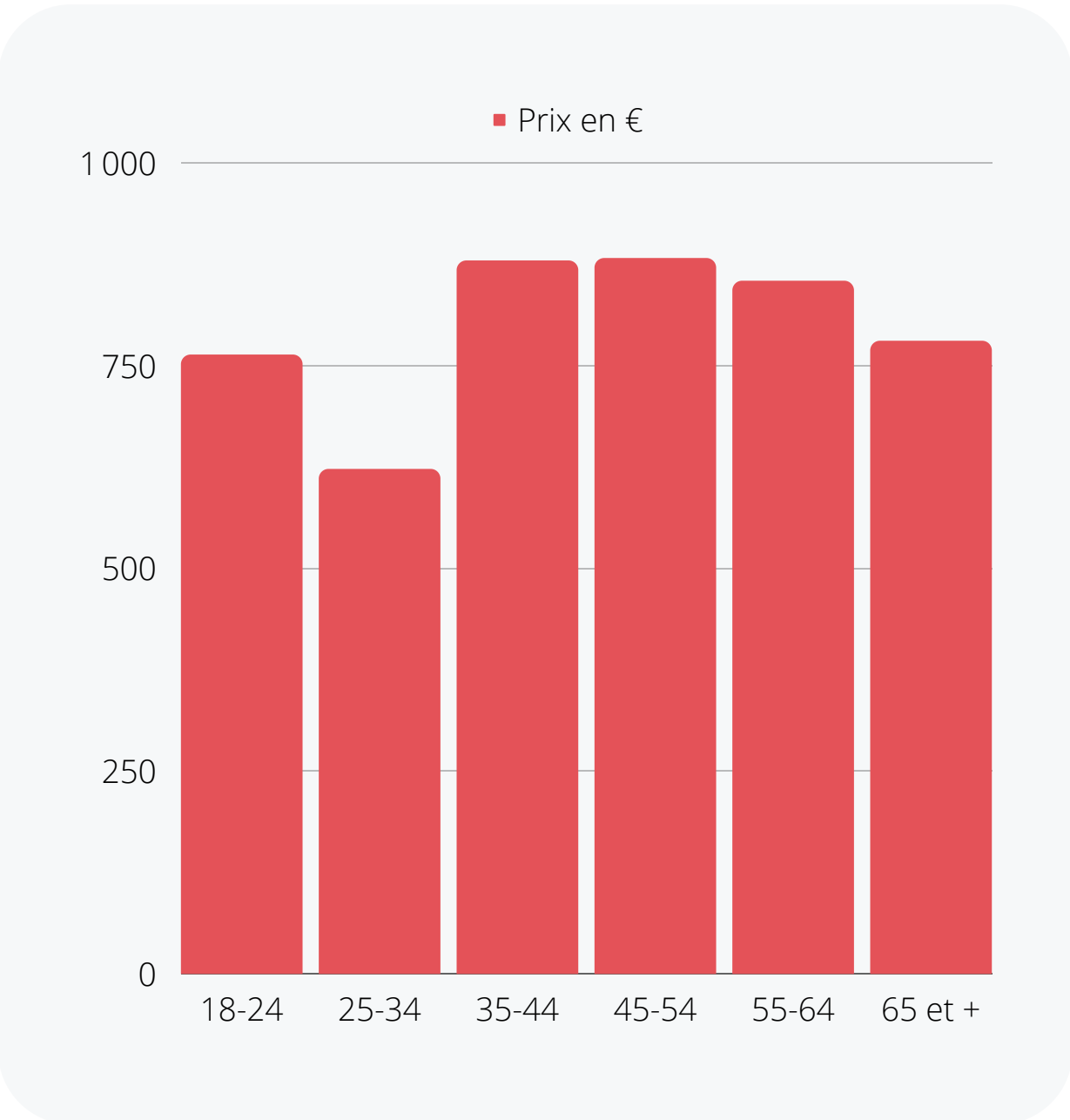


● Internet	● Téléphone	● Emails
82%	5%	3%



ZOOM SUR LA SUISSE

MONTANT MOYEN PAR COMMANDE PAR DONNÉES DÉMOGRAPHIQUES



Montant moyen par commande des suisses
(valeurs aberrantes comprises) **1100,90€**


18-24 ANS
523,91 €


25-34 ANS
843,06 €


35-44 ANS
1085,20 €

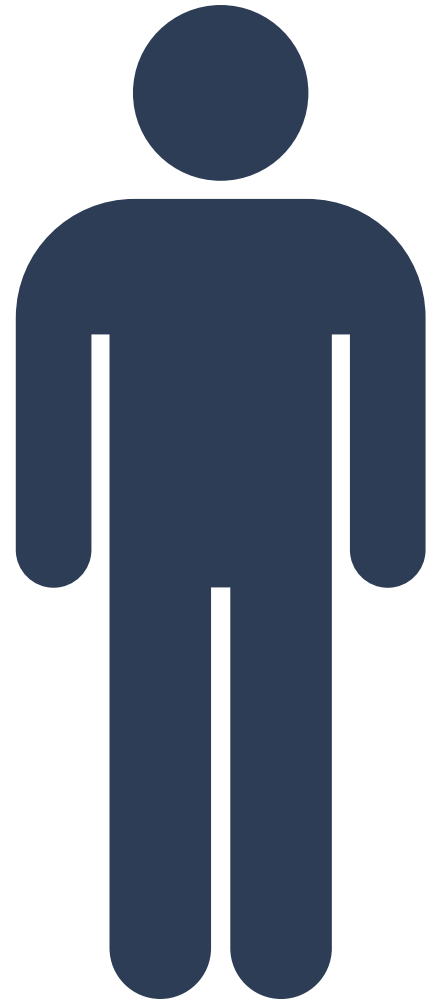
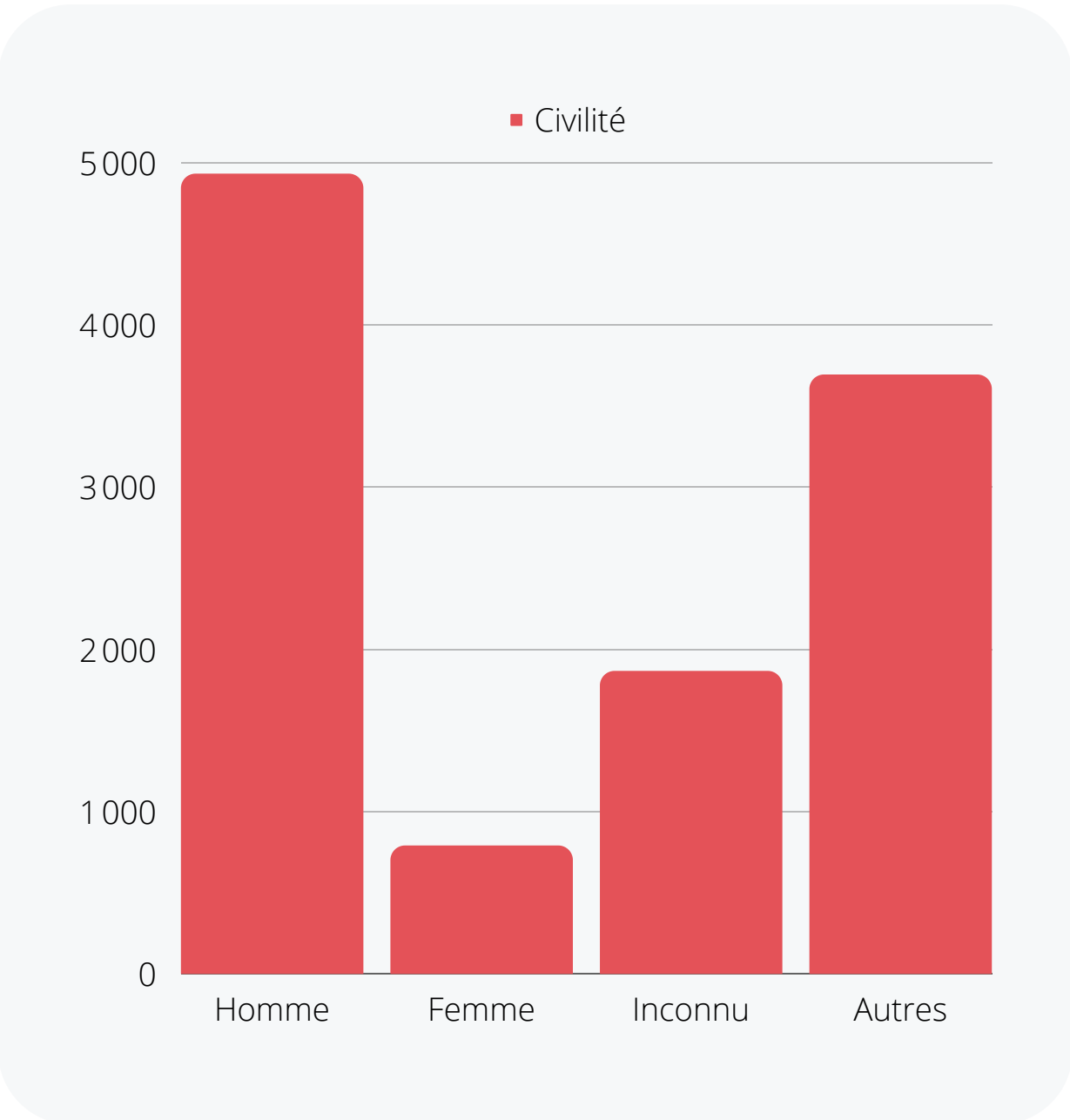

45-54 ANS
1092,11 €


55-64 ANS
1111,87 €


65 ANS ET +
1017,88 €

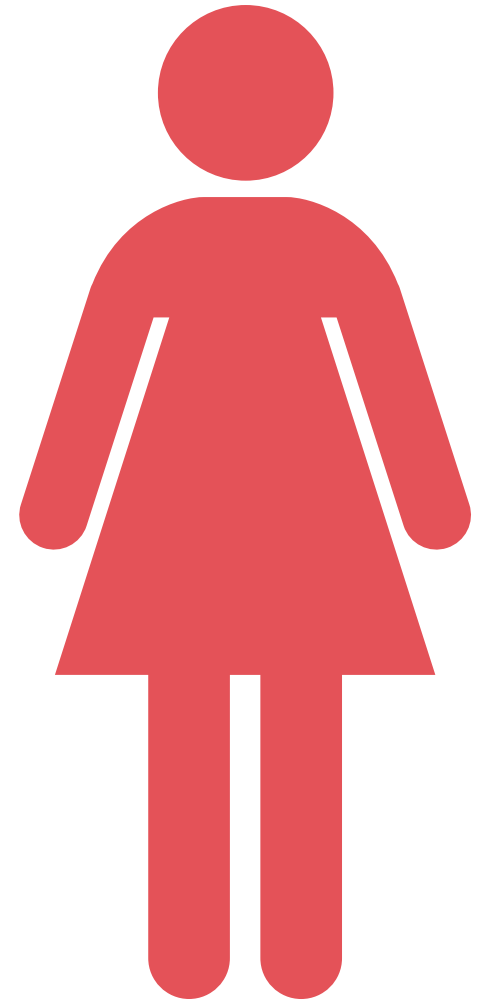
ZOOM SUR LA SUISSSE

CIVILITÉ DES CLIENTS SUISSES



HOMMES

4930

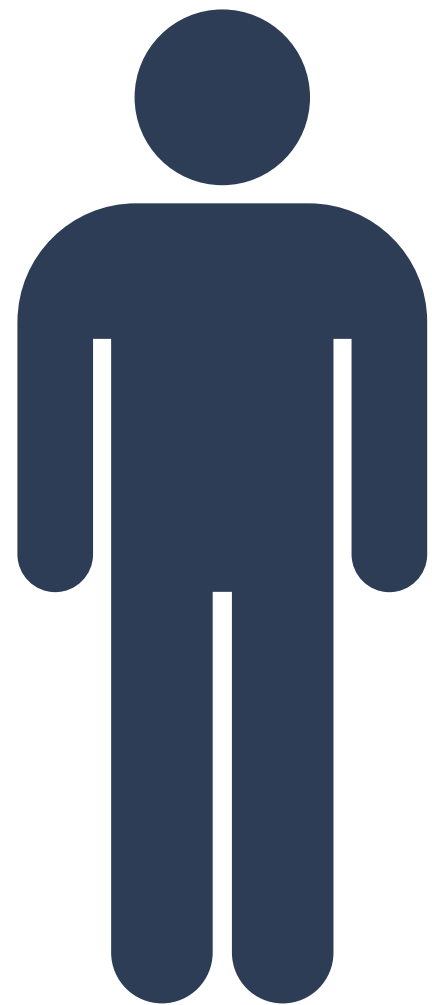


FEMMES

786

ZOOM SUR LA SUISSE

LE CLIENT IDÉAL SUISSE ET SES PRÉFÉRENCES



HOMMES

55-64 ans



PRODUIT

Vin



RÉGION

Bordeaux



MARQUE

Château Montrose



COULEURS

Rouge



CANAL D'ACHAT

Internet

Analyse 2

Catégories clients

Objectifs

- Identifier les typologies des clients
- Déterminer les préférences par catégories
- Connaître les canaux d'achats privilégiés



CATÉGORIES DES CLIENTS

LES BONS CLIENTS



45 561 305,41€

CHIFFRE D'AFFAIRES

1 028,24€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

81,2% CA



61% CA



BLANC

15,2% CA



17% CA



ROSÉ

3,3% CA



8% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES INACTIFS



84 464 610,38€

CHIFFRE D'AFFAIRES

903,10€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

83,8% CA



57% CA



BLANC

13,9% CA



18% CA



ROSÉ

2,3% CA



10% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES NOUVEAUX CETTE ANNÉE



17 816 042,06€

CHIFFRE D'AFFAIRES

787,23€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

73,8% CA



83% CA



BLANC

20% CA



4% CA



ROSÉ

6,2% CA



13% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES OCCASIONNELS -



4 550 453,81€

CHIFFRE D'AFFAIRES

278,90€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

68,2% CA



79% CA



BLANC

23,8% CA



7% CA



ROSÉ

8,1% CA



5% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES OCCASIONNELS +



24 040 978,46€

CHIFFRE D'AFFAIRES

814,06€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

81% CA



BLANC

15,2% CA



ROSÉ

3,8% CA



68% CA



16% CA



7% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES TRÈS BONS CLIENTS



58 122 960,8€

CHIFFRE D'AFFAIRES

3254,01€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

88,9% CA



58% CA



BLANC

10% CA



18% CA



ROSÉ

1,1% CA



16% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES VIP



56 908 289,25€

CHIFFRE D'AFFAIRES

3621,27€

**MONTANT
MOYENNE D'UNE
COMMANDE**



ROUGE

94,4% CA



46% CA



BLANC

5,2% CA



19% CA



ROSÉ

0,4% CA



25% CA

CATÉGORIES DES CLIENTS

LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES TYPOLOGIES DE CLIENTS



BON CLIENTS

15% DU CA TOTAL



INACTIFS

19% DU CA TOTAL



**NOUVEAUX
CETTE ANNÉE**

6% DU CA TOTAL



TRÈS BON CLIENTS

20% DU CA TOTAL



OCCASIONNELS -

2% DU CA TOTAL



OCCASIONNELS +

8% DU CA TOTAL

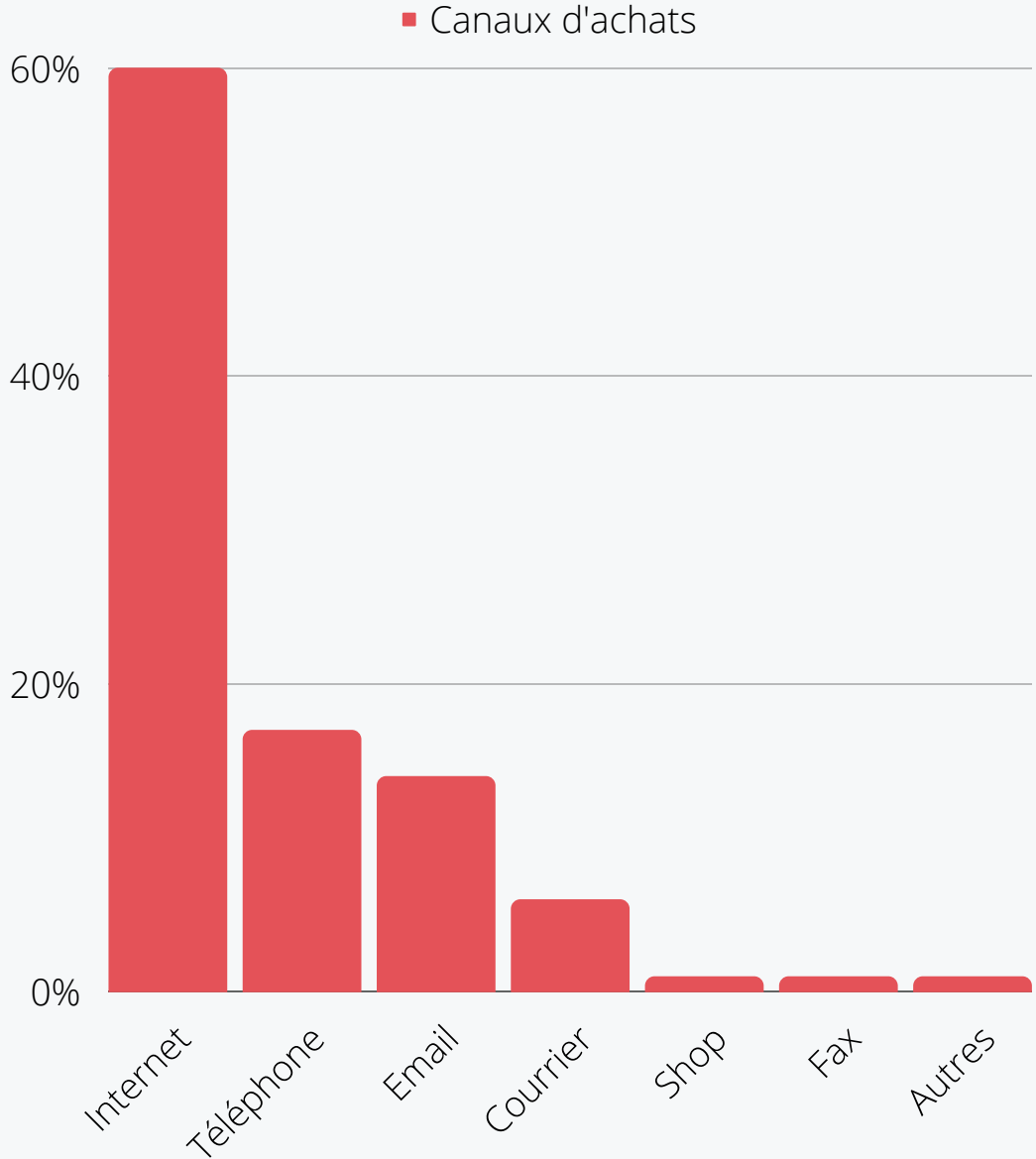
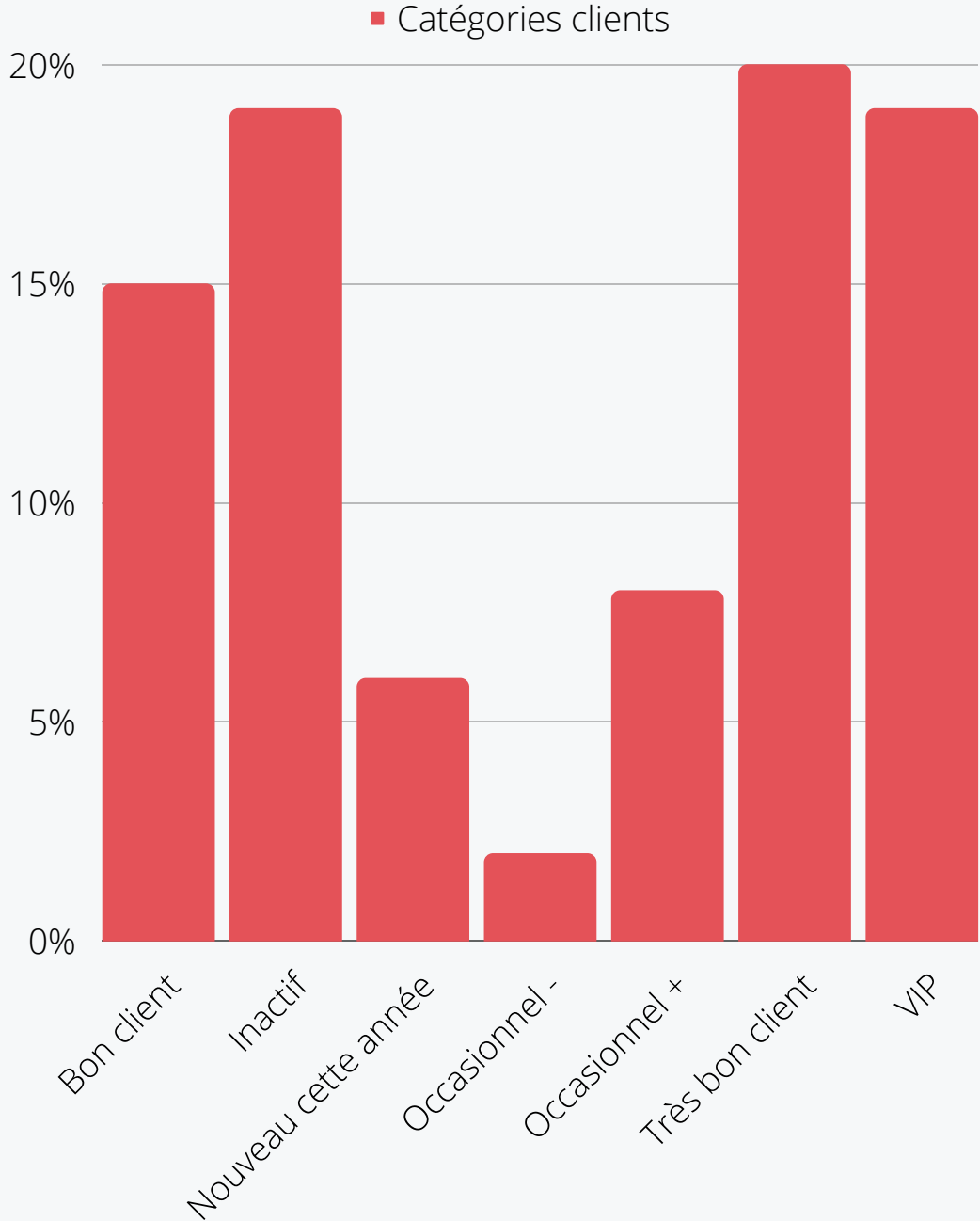


VIP

19% DU CA TOTAL

CATÉGORIES DES CLIENTS

LES CATÉGORIES ET CANAUX D'ACHATS EN POURCENTAGES



Rétrospective des analyses



3 pays réalisent 70% du CA total



+ de 80% du CA est réalisé grâce à la vente de vins rouges



Le Bordeaux est le vin préféré des clients



La majorité des clients sont des hommes qui achètent en ligne

Toutefois, la récolte des données pourrait être encore améliorée afin d'être plus pertinente



Recommandations Stratégiques

Objectifs

- Optimiser la collecte de data
- Uniformiser les données
- Combler les points faibles
- Renforcer les points forts



Mesures à prendre

Normaliser la donnée

1

Uniformiser les nominations

Exemple: internet, web et website / BtoB et Entreprise (Mr. / Mr / monsieur / HERR / SIG etc)

2

Identifier les clients non catégorisés

6% des clients toute régions confondu n'est dans aucun champ.

3

Classer le canal d'achat

Pour 12,1% des clients, le canal d'achat n'a pas été déterminé.

Mesures à prendre

Corriger les erreurs

1

Renseigner les régions dans les pays correspondants

Régions mal inscrites dans les pays
Ex : Bordeaux est en Allemagne dans le fichier

2

Avoir une vérification des dates de naissance lors de la saisie

Ex : Âges de 0,1 an jusqu'à 108 ans

3

Différencier Suisse Allemande & Suisse Romande

La solution : Une traduction doit être faite pour les 4 champs de civilité



RECOMMANDATIONS

UTILISEZ LES INSIGHTS POUR AMÉLIORER LA RELATION CLIENT

1 Clients inactifs

- Micro-sondage pour comprendre l'attente du client ;
- Newsletter adaptée en fonction de la durée d'inactivité du client (le but est de récolter des petits oui avant d'obtenir un grand oui) ;
- Leur proposer une offre pour relancer l'envie d'acheter (en fonction de leurs précédentes commandes) ;
- Comprendre pourquoi les clients quittent Millésima

2 Clients fidèles

- Récompenser les clients réguliers avec une expérience client magique dans un programme de fidélisation ;
- Laisser la parole aux clients en demandant leur avis ;
- Faire des cadeaux et des avantages



RECOMMANDATIONS

UTILISEZ LES INSIGHTS POUR BOOSTER LES VENTES

1

Produits à faible CA

- Utiliser l'affiné de goût pour pousser des découvertes de produit aux clients
- Exemple : un encart "découverte" pour y placer les vins les moins achetés avec des exemples d'accords

2

Stimuler l'achat

- Mettre en avant les vins les plus susceptibles d'être acheté
- 17% des achats se font via téléphone. Création d'une application avec de l'achat in-app

A hand is pouring red wine from a dark glass bottle into a clear wine glass. The glass is placed on a light-colored wooden table. The background is blurred, showing an outdoor setting with greenery and a person in a blue shirt. A semi-transparent red banner with the text "MERCI !" is overlaid on the center of the image.

MERCI !