

CA

Taux de
conversion
visites →
ventes

Nombre de
visites et de
ventes

Montant des
paniers

Variabilité du
temps de
visite

Rapport marketing Février

La transition



Le Grand Marché

CA

Une légère baisse du CA



- La suppression des produits High-tech
- La nourriture devient la catégorie principale des ventes



CA

**Taux de
conversion
visites →
ventes**

Nombre de
visites et de
ventes

Montant des
paniers

Variabilité du
temps de
visite

Une chute du taux de conversion



• un taux toujours très bon 5%

Signe de transition très positif car...



CA

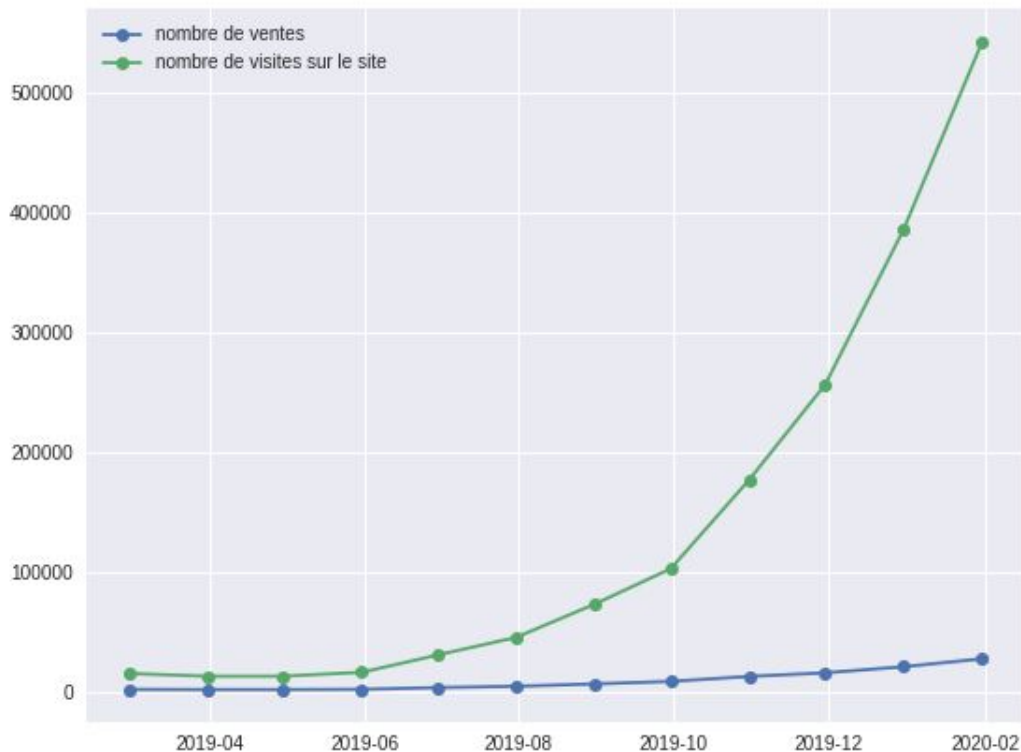
Taux de conversion
visites →
ventes

Nombre de
visites et de
ventes

Montant des
paniers

Variabilité du
temps de
visite

Explosion du nombre de visites et de ventes



- L'alimentaire génère de plus en plus de visites (x10 depuis son introduction)

- Nombre de ventes : de 2500 à 28000 !



CA

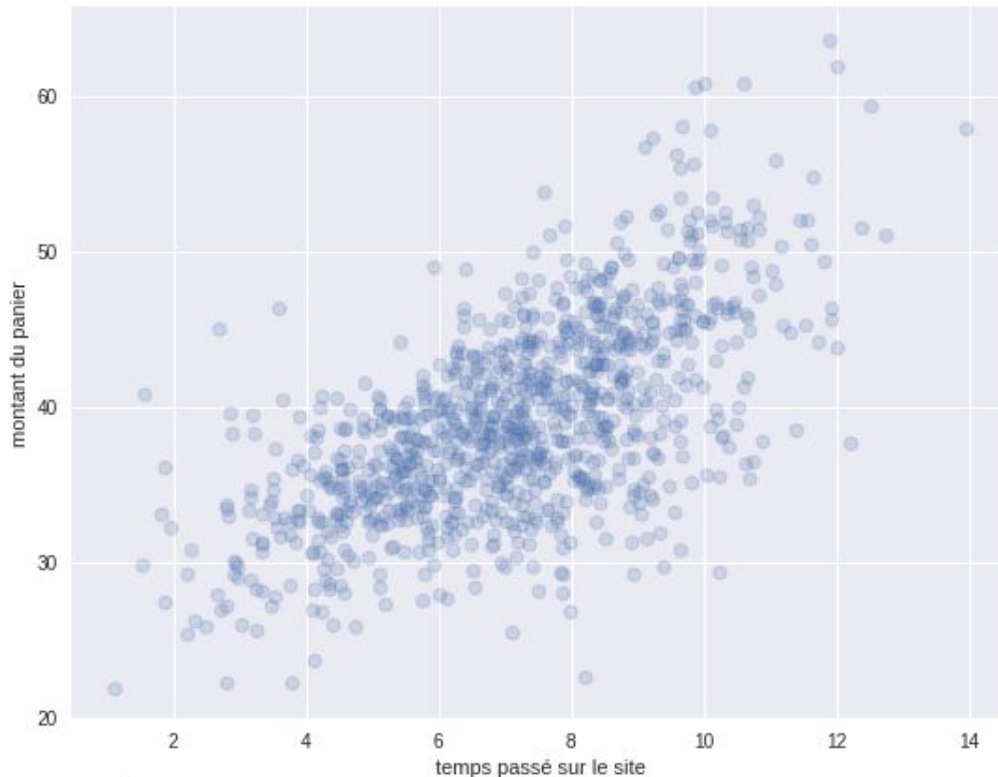
Taux de
conversion
visites →
ventes

Nombre de
visites et de
ventes

**Montant des
paniers**

Variabilité du
temps de
visite

Des montants paniers entre 30 et 50 euros



- Temps de visites : entre 4 et 10 min
- Le montant panier est positivement corrélé au temps de visite



CA

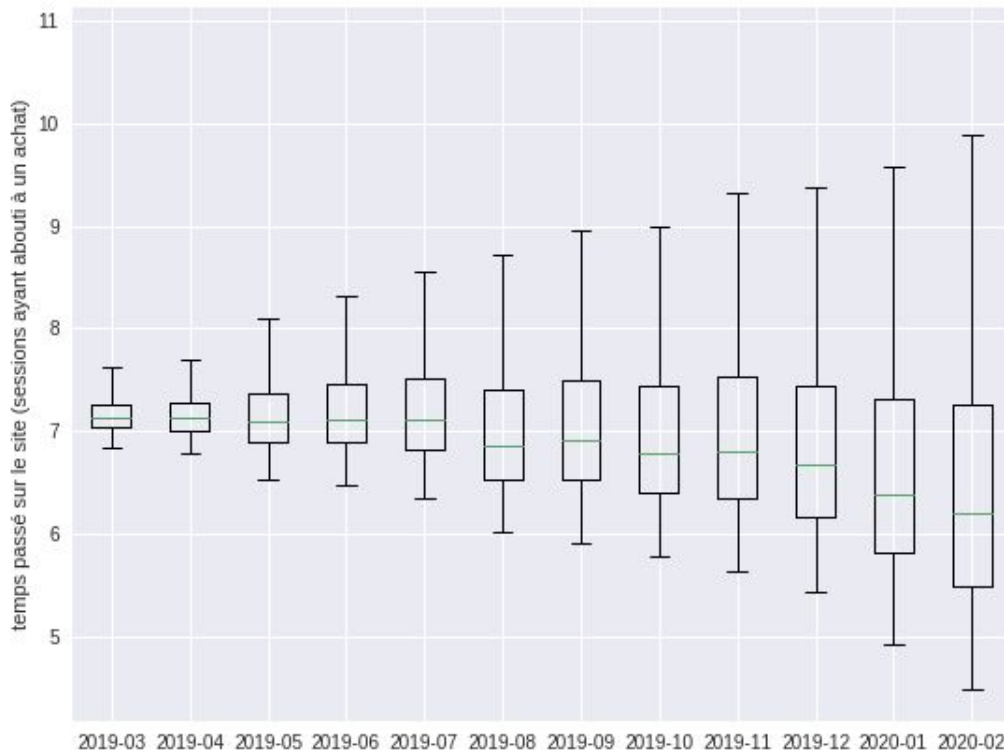
Taux de conversion
visites →
ventes

Nombre de
visites et de
ventes

Montant
des paniers

**Variabilité
du temps
de visite**

Augmentation de la variabilité du temps de visite



- Augmentation des ventes au montant panier élevé
- Découverte du site (beaucoup de nouveaux clients)



CA

Taux de
conversion
visites →
ventes

Nombre de
visites et de
ventes

Montant
des paniers

Variabilité
du temps
de visite

Tous les signes d'un succès de la nouvelle stratégie

Recommandation :

**Augmenter le taux de
conversion avec une
offre à la première
commande**

