

Etude de cas de Graphique

Analysons ensemble comment se comporte l'entreprise

Objectifs et contexte

- Présentation mensuelle pour l'entreprise Grand marché
- Préparer la présentation des chiffres clés généraux à partir des graphiques déjà générés ;
- Préparer le rapport des données spécifiques aux clients affiliés sur Excel à partir des données directement.

Indicateurs à couvrir

proportion des ventes par catégorie de produit ;
montant des achats des clients (montant du panier) ;
évolution du chiffre d'affaires ;
évolution du nombre d'achats des clients ;
évolution du ratio (nombre d'achats des clients)/(nombre de visites)
au cours du temps ;
évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps ;
temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions
ayant abouti à un achat) ;
évolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site
web (pour les sessions ayant abouti à un achat).

Proportion des ventes par catégorie de produit

Ici nous pouvons voir que les ventes de produits High tech en rouge participe à la plus grande part du chiffre d'affaires en 1 an . Mais que en février 2020 cette part de marché n'est plus.

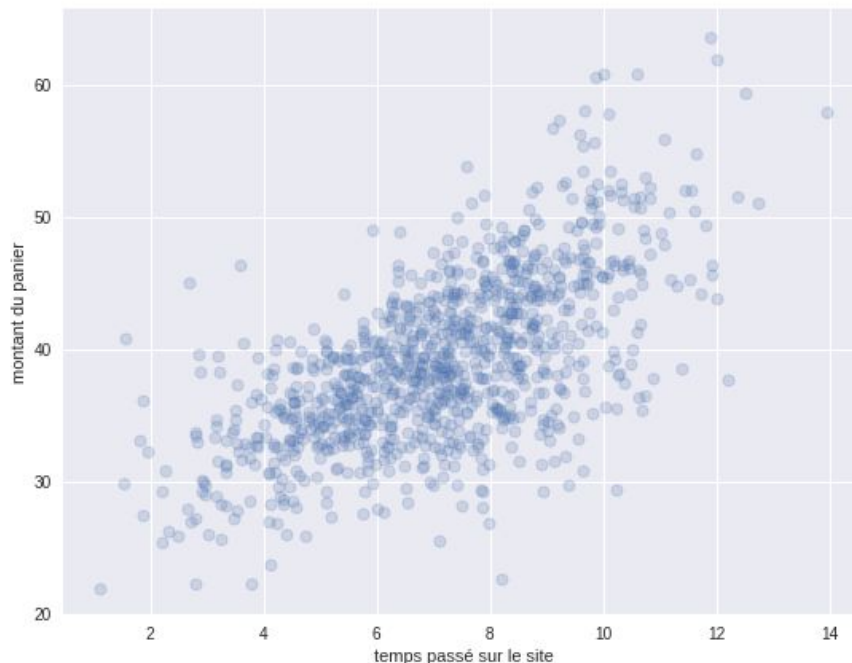
On obtient donc une baisse du chiffre d'affaire pour la 1ere fois.



Montant des achats des clients (montant du panier)

On peut apercevoir dans ce graphique quel est le montant du panier des clients qui achètent sur le site. Le graphique a une relation linéaire croissante entre le montant du panier et le temps passé sur le site.

Il faut trouver des moyens d'inciter les visiteurs à passer plus de temps sur le site.



évolution du nombre d'achats des clients et du nombre de visites au cours du temps

Au cours du temps le nombre de visites augmente exponentiellement et le nombre de ventes s'accroît.

Les 2 indicateurs ne sont pas sur la même échelle et donc ne sont pas très représentatifs.



évolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat)

Sur ce graphique nous pouvons voir qu'au fil des mois le temps passé sur le site s'allonge et que la médiane est en baisse, elle tend vers 6 min 10 environ en fin d'année au lieu de plus de 7 min au début de l'année.



évolution du ratio (nombre d'achats des clients)/(nombre de visites) au cours du temps ;

Ce graphique montre le taux de conversion au cours de l'année. On remarque qu'il diminue au fur et à mesure de l'année. C'est à partir de juillet que le taux diminue drastiquement.

A première vu cela peut laisser penser que cela se dégrade au fil du temps mais c'est expliqué par l'explosion du nombre de visites dans les 2 premiers mois de 2020.

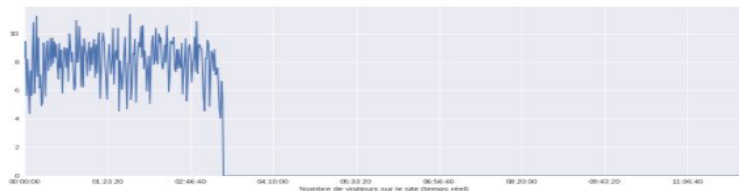


E-mail lié au problème observé

Problème constaté au niveau des données

Cécile

Problème constaté au niveau des données



Bonjour,

Après avoir bien vérifié les graphiques, j'ai constaté une anomalie dans le graphique représentant le nombre de graphique en temps réel car à partir d'une certaines heure il semblerait que plus aucun visiteurs ne viennent sur une longue période de la journée et cela de façon soudaine ce qui laisse prétendre à une erreur lors de la saisie des données.

Cordialement

Alexander Lawson

Le problème est dû probablement à la nouvelle version du site. Le script qui crée le dashboard ne fonctionne certainement plus avec celui ci.

Ou peut être aussi que le site ne marchait plus mais j'ai vérifié et ce n'est pas le cas.

Conclusion

Ce que l'on peut conclure c'est la baisse du CA pour la première fois en février a cause du retrait de High tech.

L'introduction de la nourriture en juillet est une réussite.

On pense que le prochain mois aura aussi un chiffre d'affaire en hausse.

