Rapport mensuel des actions marketing

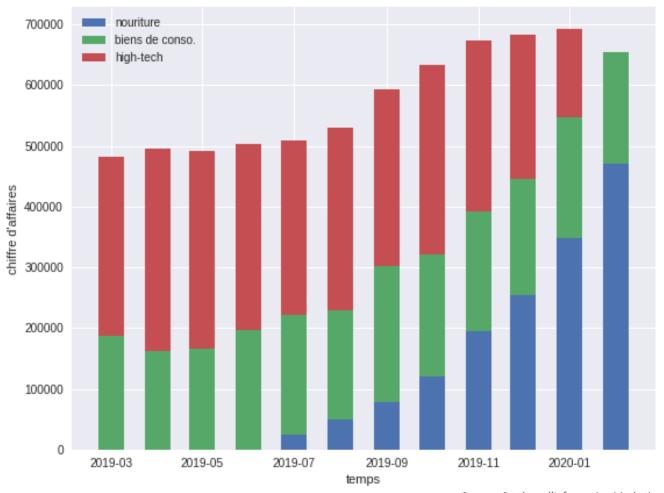
Février 2020



Baisse mensuelle du CA, dans un contexte de changement de stratégie

- → Le Chiffre d'Affaire généré par la vente de nourriture poursuit sa forte croissance
- → L'arrêt total des ventes high-tech en février a impacté le CA total

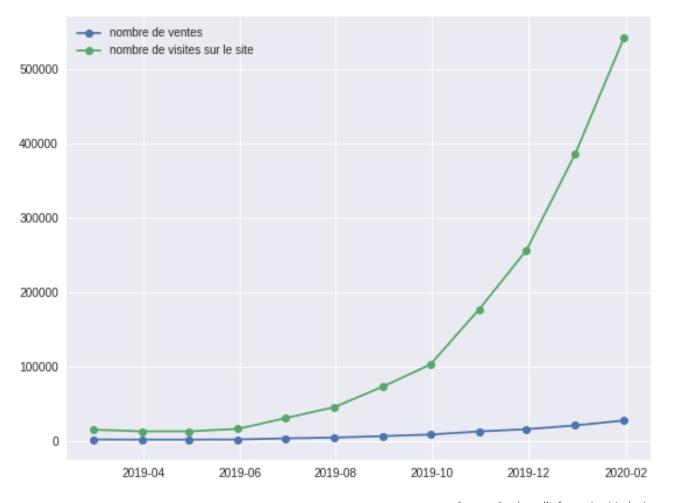
Evolution du CA par catégorie de produit



Augmentation du nombre de ventes et du nombre de visites sur le site

→ L'augmentation exponentielle du nombre de visites sur le site coïncide avec le début des ventes de la catégorie nourriture

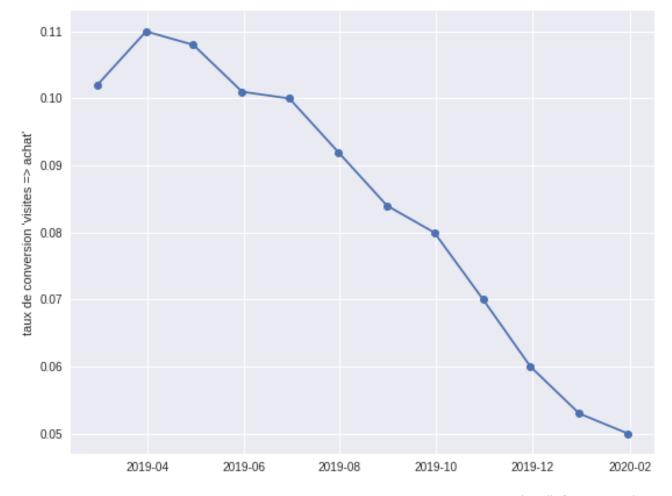
Evolutions du nombre de ventes et du nombre de visites sur le site



Un gisement de visiteurs à convertir en clients

- → L'augmentation du nombre de ventes est moins rapide que celle du nombre de visites sur le site
- → Questions Q
- -Sources de trafic, canaux d'acquisition ?
- -Taux de rebond?
- -Taux d'abandon panier ?

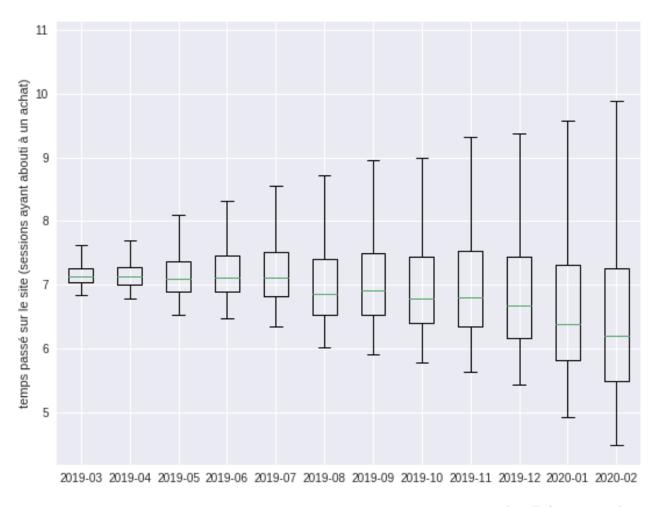
Evolution du ratio nombre d'achats des clients / nombre de visites au cours du temps



Evolution nette des habitudes de navigation des clients

- → Les habitudes de navigation anciennement très homogènes sont de plus en plus variables
- → Question Q
- Evolution des profils de nos clients?
- → Le temps médian passé sur le site est en diminution

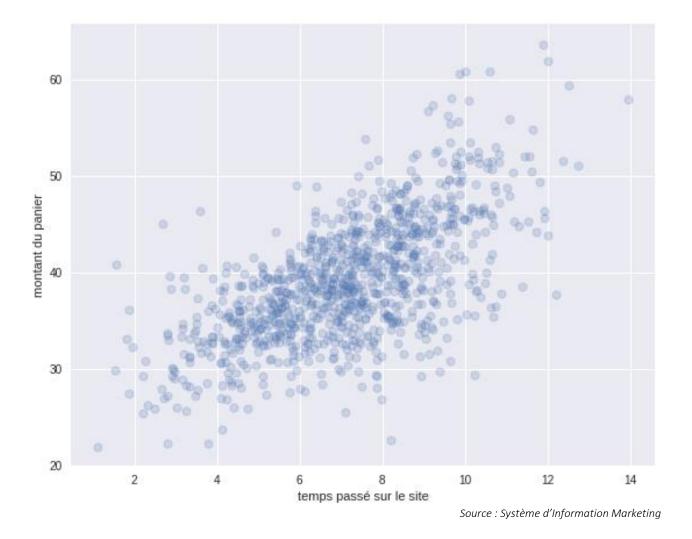
Evolution de la variabilité du temps passé sur le site



Un lien positif entre le temps passé sur le site et le montant du panier

- → Il existe un lien positif entre le temps passé sur le site et le montant du panier
- → Les valeurs du montant du panier se concentrent autour de 35 à 40 euros pour un temps de 6 à 7 min

Montant du panier en fonction du temps passé sur le site



Recommandations

En résumé:

- → CA lié à la vente de nourriture en croissance constante
- → Baisse du CA exceptionnelle
- Gisement de visiteurs à convertir en clients
- → Evolution des habitudes de navigation et temps médian en baisse
- → Lien positif entre le temps passé sur le site et le montant moyen du panier

Objectif global:

Poursuivre l'augmentation du CA lié aux ventes de la catégorie nourriture

Augmenter le nombre de ventes par une meilleure conversion visiteur / client: objectif à fixer

Augmenter le montant du panier moyen des clients : objectif à fixer

Mesures et études : Mesures des KPI, étude des canaux d'acquisition, des profils de nos clients, des parcours de navigation (plan de taggage)

Améliorer l'expérience utilisateur sur le site internet :

- Améliorer les fiches produit
- Ajouter une fonction ciblée recherche de produit
- Retravailler les boutons call-to-action
- Réduire le temps de chargement des pages
- Travailler le ciblage des campagnes marketing
- Rassurer les visiteurs : charte, FAQ, avis clients, live-chat, contacts
- Simplifier le tunnel d'achat
 - -Moyens de paiement divers
 - -Commande sans profil
- Proposer une promotion 1^{ère} commande
- Relancer les abandonnistes

- Proposer des services ou produits complémentaires/alternatifs/up-selling
- Mettre en avant les promotions sur le site, créer des ventes flash
- Définir un seuil au-delà duquel les frais de livraison sont offerts
- Augmenter le nombre de clients affiliés

