



Le Grand Marché

RAPPORT MARKETING MENSUEL

Février 2020

La stratégie de remplacement des produits high-tech

Récapitulatif de la nouvelle stratégie :

- Mise en ventes des produits de type nourriture en Juillet 2019
- Arrêt des ventes des produits high-tech en Février 2020

Rapport marketing février 2020



- Proportions des ventes
- Conséquences sur le chiffre d'affaire
- Taux de conversion du site internet
- Le montant du panier
- L'évolution du temps passé sur le site

Deux tiers du chiffre d'affaire sont des ventes de nourriture

1/3 du chiffre d'affaire sont des ventes de biens de consommations

La nourriture représente 2/3 du chiffre d'affaire

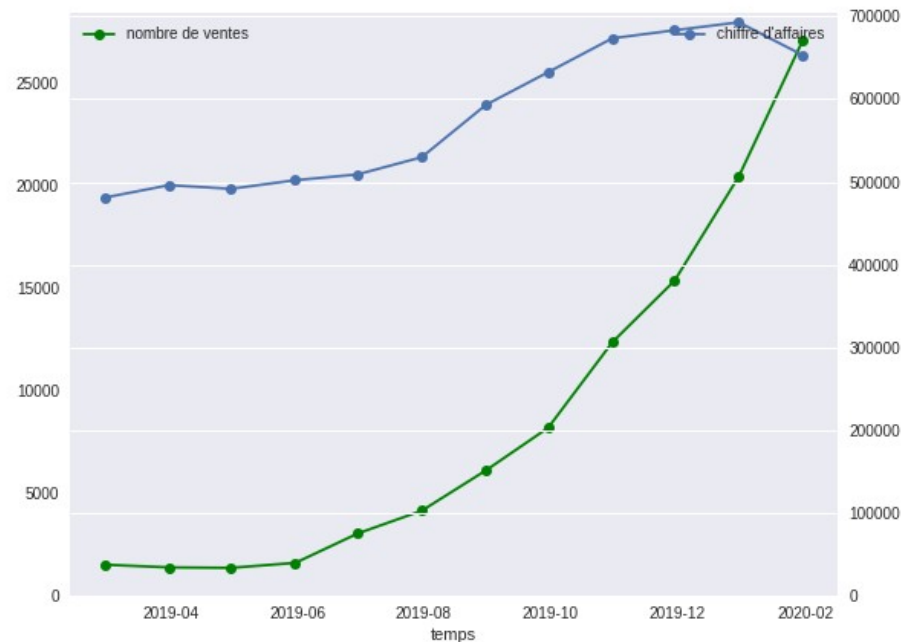
Augmentation du CA nourriture de 36%



Les évolutions du chiffre d'affaire et des ventes

↘ **Baisse du CA de 7%**

↗ **Augmentation des ventes de 43%**



Evolution du ratio ventes/visites : taux de conversion

Le taux de conversion a diminué de moitié depuis la mise en place des produits nourriture.

? Mise en place d'un questionnaire pour le rapport à la sélection des produits nourriture chez les clients

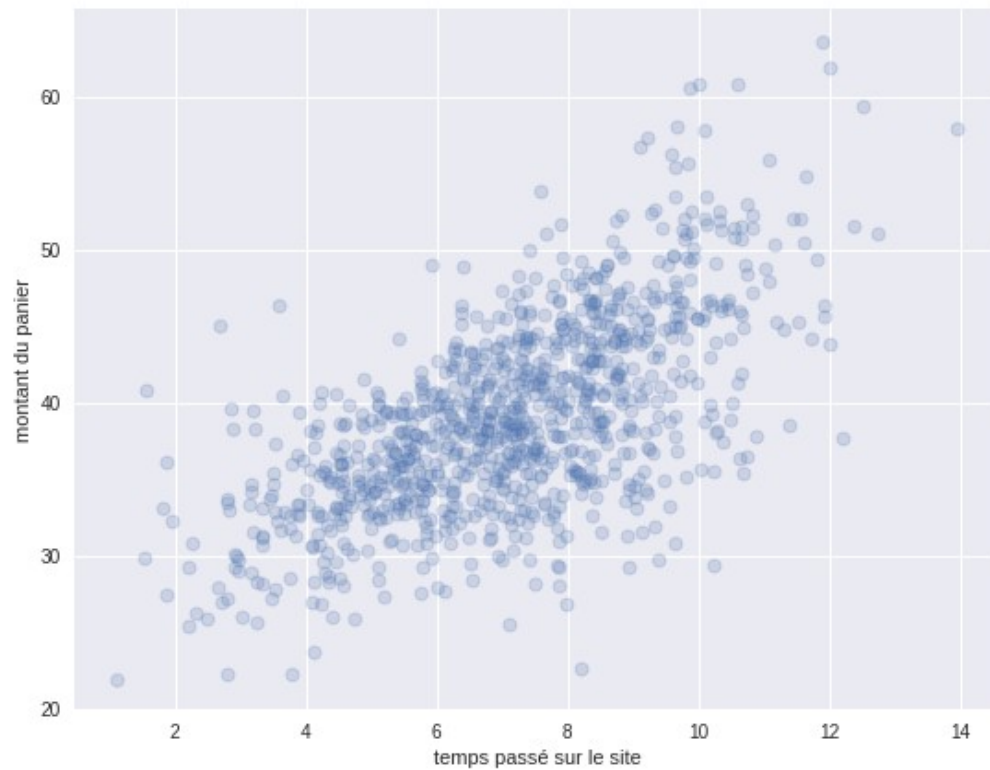


Corrélation montant/temps

Le montant du panier des clients se situe entre 20€ et 65€

Une forte concentration entre 30€ et 50€

Plus le client passe de temps sur le site, plus le montant de son panier augmente.



L'ajout de produits au catalogue ; cause d'une variation du temps passé sur le site

- Depuis un an le temps passé par les clients sur le site est devenu de plus en plus volatile.

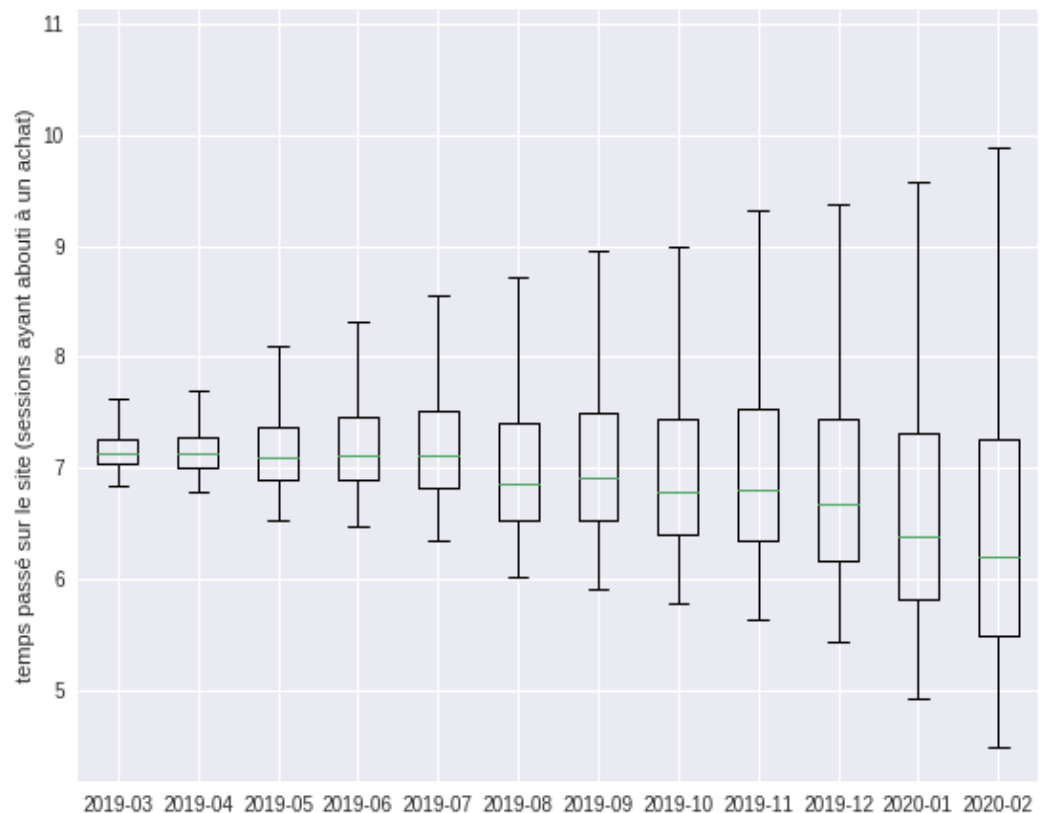
- En février 2022 le temps passé sur le site évolue entre 4min30 et 10min :

50% □ - 6min 15

50% □ + de 6min 15

- Une partie a un temps plus dispersé :

25% □ 7:15 à 10:00





CONCLUSION