

Rapport mensuel des actions marketing

Contexte : changement stratégique sur la high tech

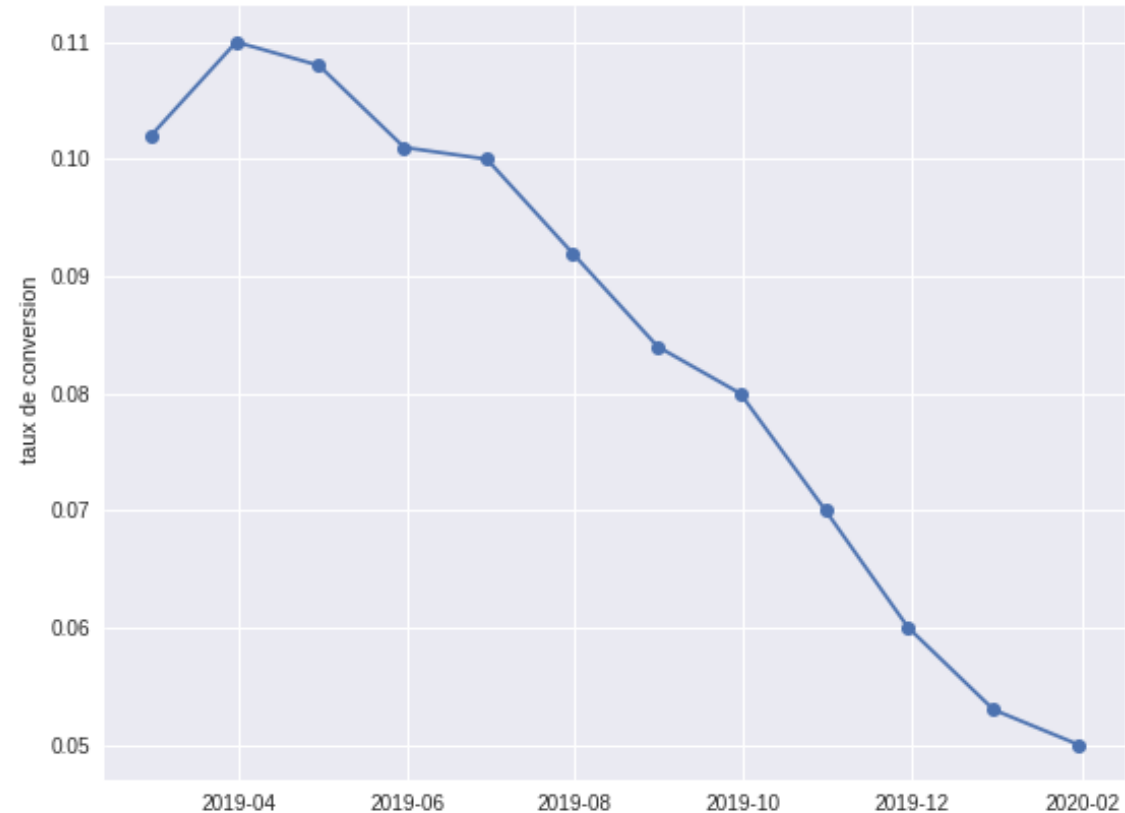
Chiffre d'Affaire et nombre d'achats des clients

- CA en baisse (~ -50K€)
- Nombre de vente (~+8000 ventes)
- Information complémentaire : les ventes sont composé aujourd'hui à environ 30% de bien de consommation et à 70% de nourritures



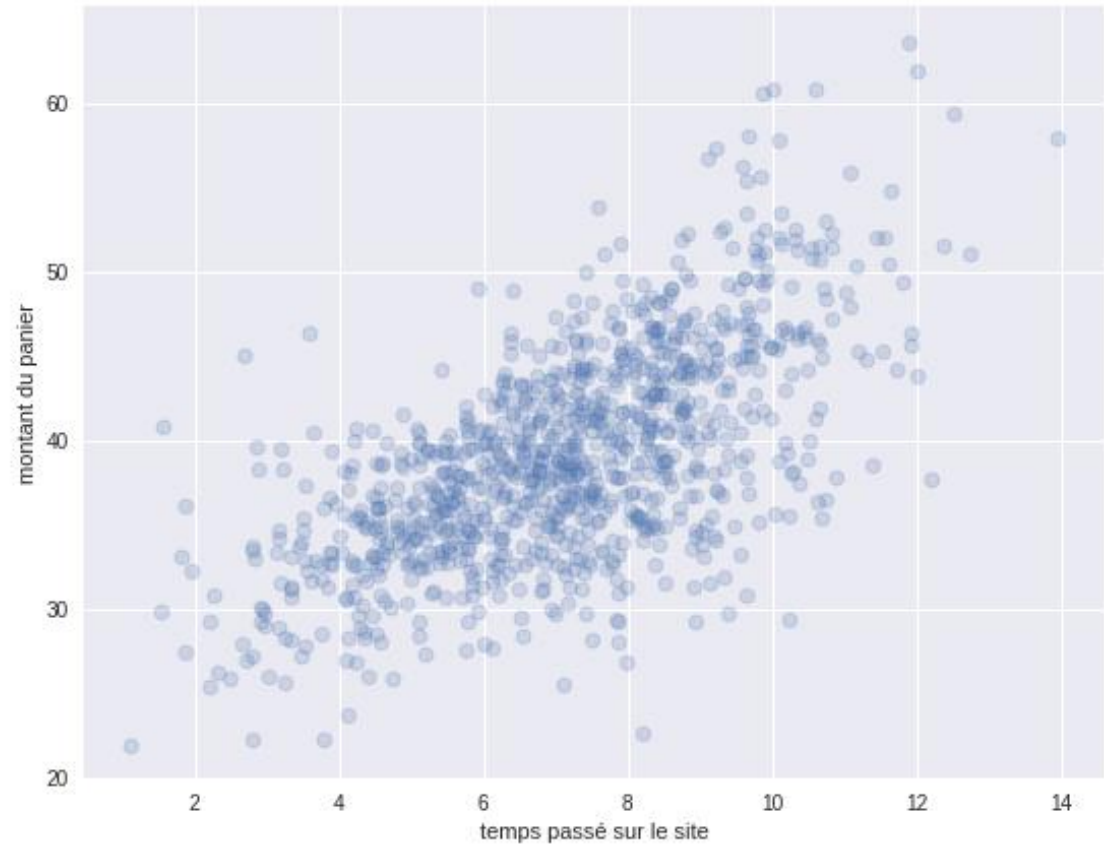
Ratio nombre achats clients / nombre de visite

- Appelé taux de conversion
- En baisse continue avec un ralentissement de la baisse de janvier à février.
- Taux de conversion divisé par 2 en 9 mois.
- Augmentation du nombre de visiteurs sur le site web (~+160K visiteurs) pour un total de 560 000 visiteurs



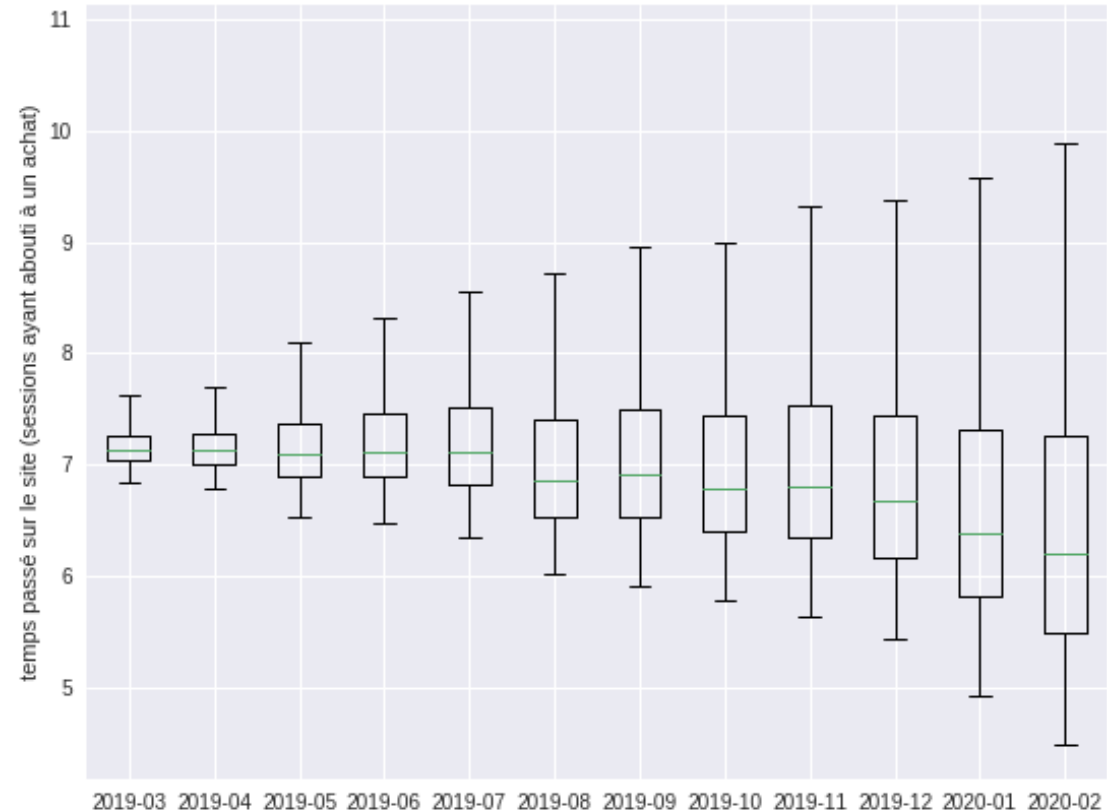
Panier moyen

- Prix du panier moyen 40€ à +ou- 10€



Variabilité du temps passé par les visiteurs (pour des sessions avec achat)

- En moyenne les acheteurs passent un peu plus de 7 minutes sur le site internet lors d'un achat.
- La variabilité du temps passer n'a fait que augmenté.



Explication baisse du chiffre d'affaire

- Novembre fin de commande de produit high tech et écoulement des stock.
- Baisse du CA en février car fin de vente du high tech.



Evolution dans les prochains mois

- Informations complémentaires : commande fournisseurs en juin 2019 40% bien de consommation et 60% high tech / février 2020 40% bien de consommation et 60 % de nourriture
- Le choix de remplacer le high tech par la nourriture est payant, à proportion équivalente la nourriture rapporte plus que le high tech.
- Questionnement sur les biens de consommation : Avec une performance inférieure à la nourriture faut-il les remplacer progressivement ?
- Prévision : le CA ne baissera pas à comportement similaire à février. Le CA peut augmenter en accompagnant le marché de la nourriture.