

Rapport mensuel des actions marketing

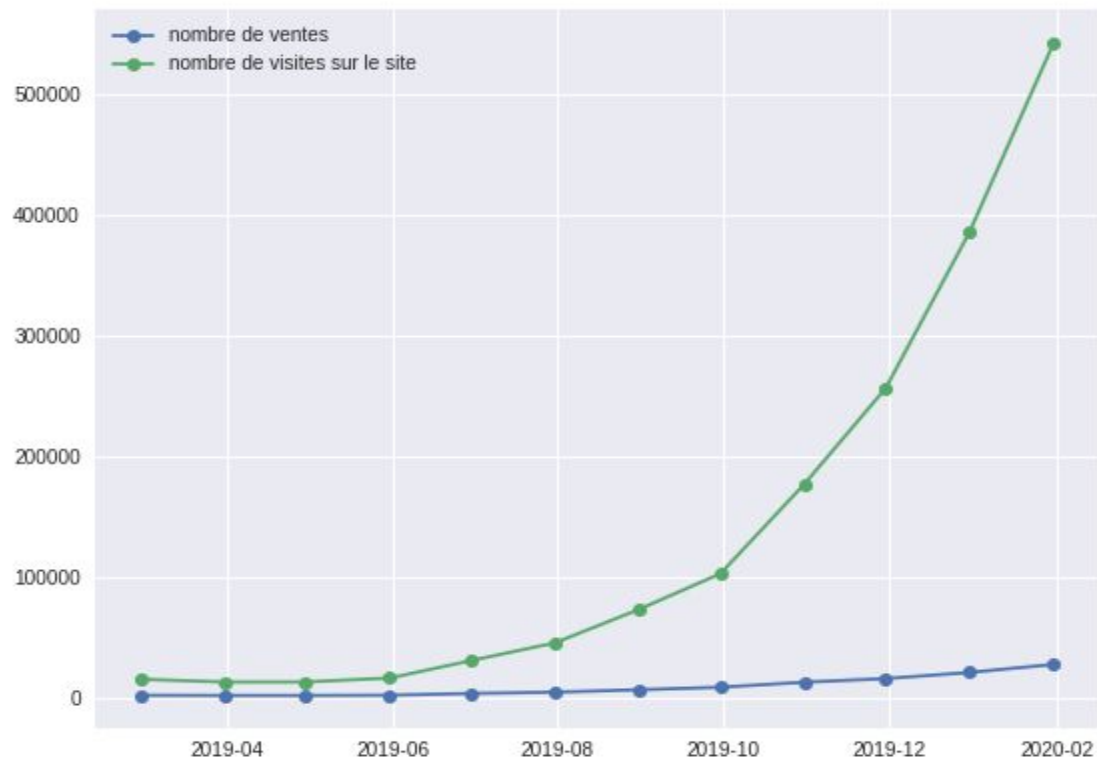


Le Grand Marché

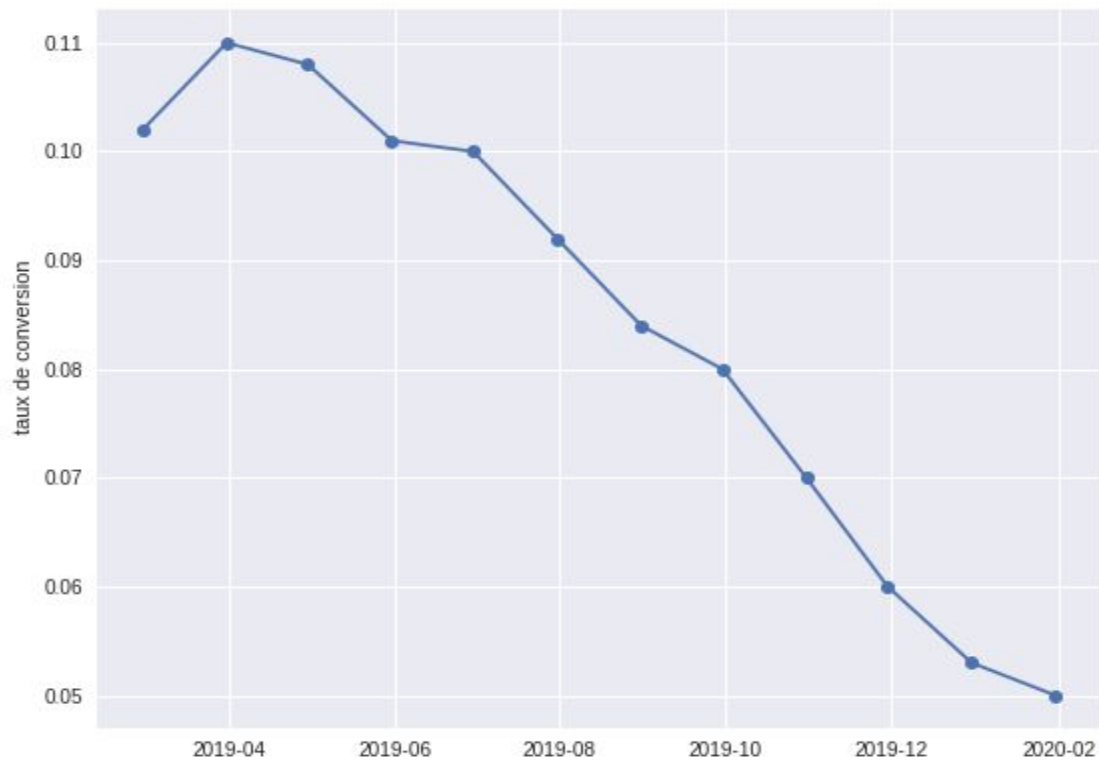
Point abordé pendant la présentation :

- Évolution du nombre d'achats des clients.
- Évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps.
- Évolution du ratio (nombre d'achats des clients) / (nombre de visites) au cours du temps.
- Montant des achats des clients (montant du panier).
- Proportion des ventes par catégorie de produit.
- Évolution du chiffre d'affaires.
- 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).

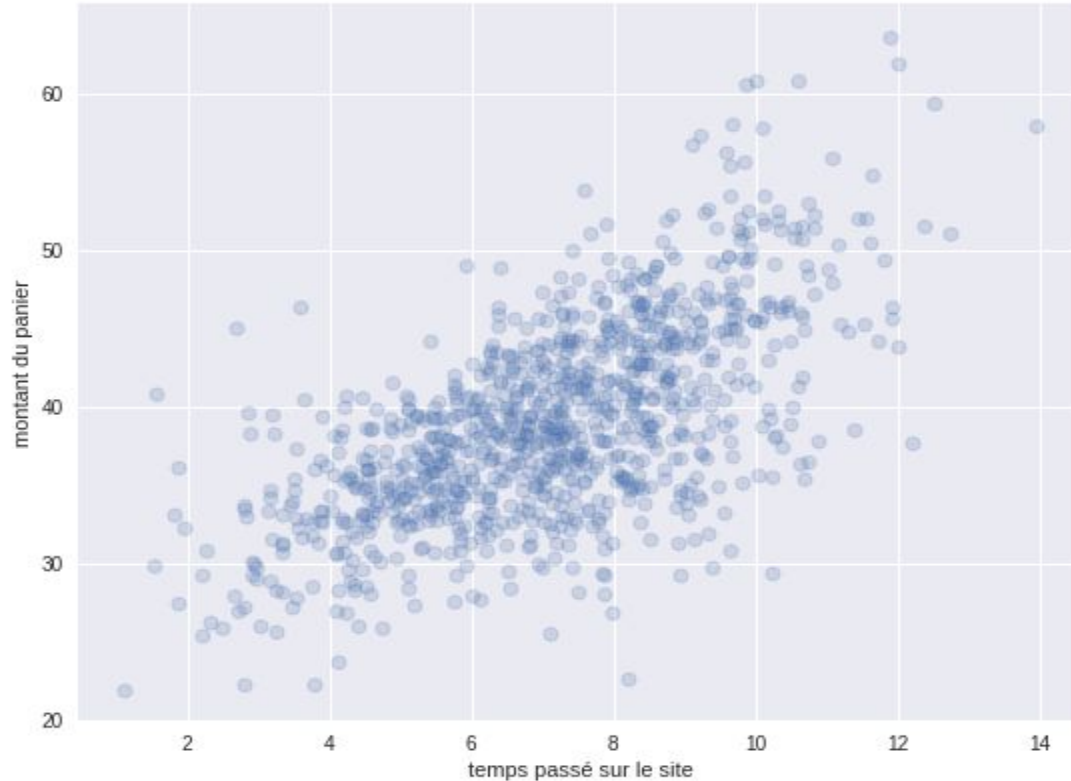
Evolution du nombre d'achats et de visites dans le temps



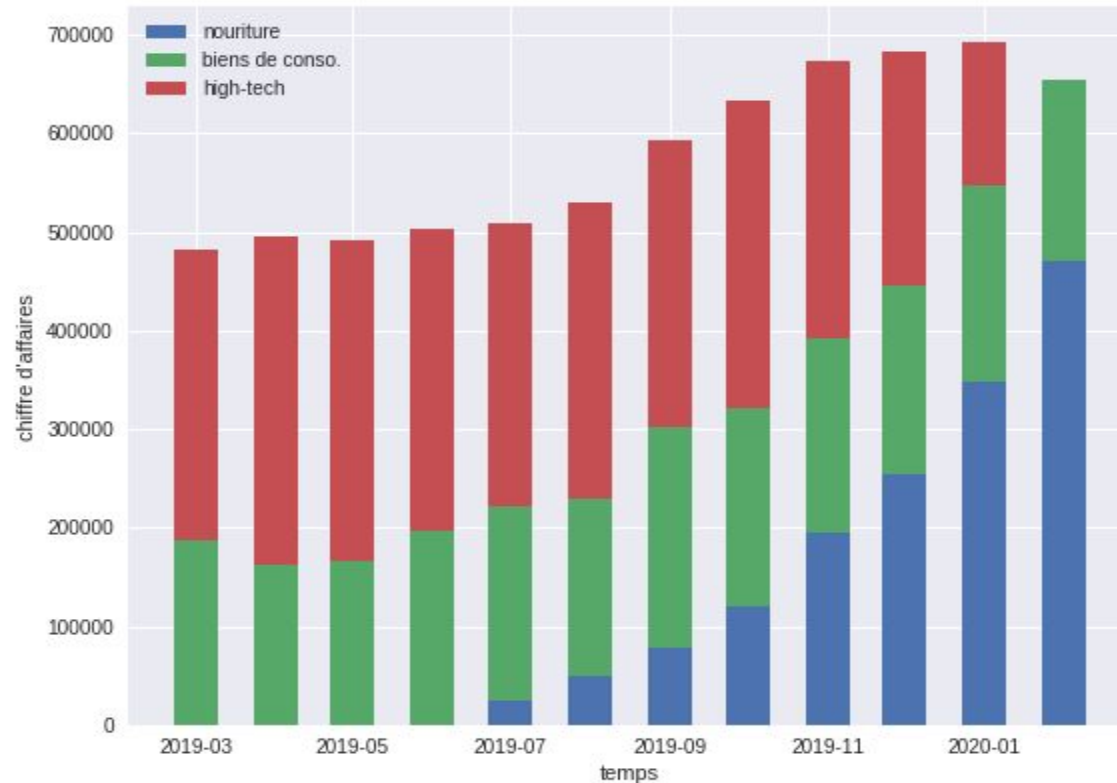
Evolution du ratio au cours du temps



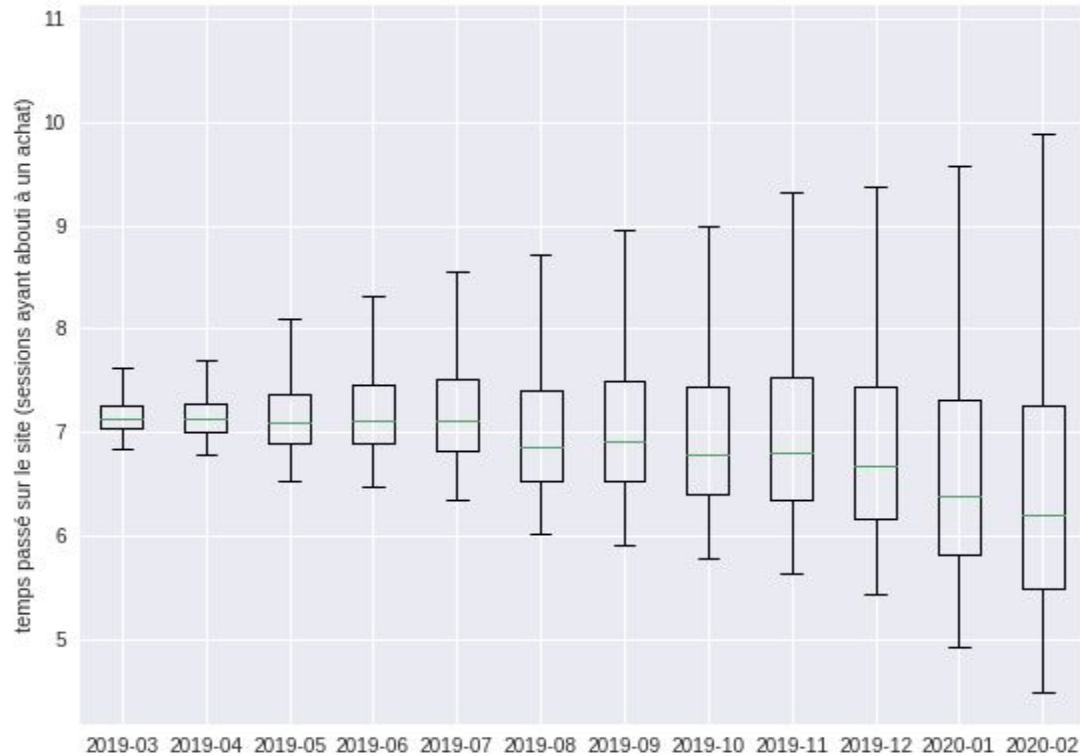
Montant du panier par rapport au temps passé



Chiffre d'affaire global et par catégorie de produit



Temps passée des visiteurs qui ont fait un achat



Conclusion

- Changement de stratégie passant des produits high-tech à la nourriture.
- Augmentation du trafic du site grâce à la nourriture.
- La plage de temps passée sur le site est plus importante.
- Le chiffre d'affaires est en diminution.