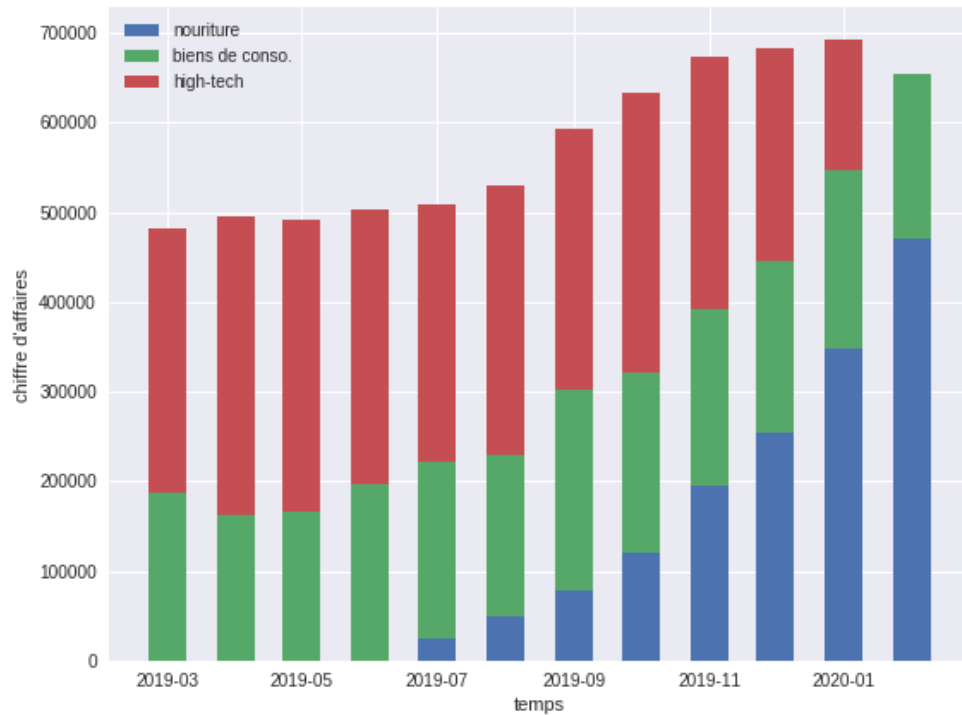


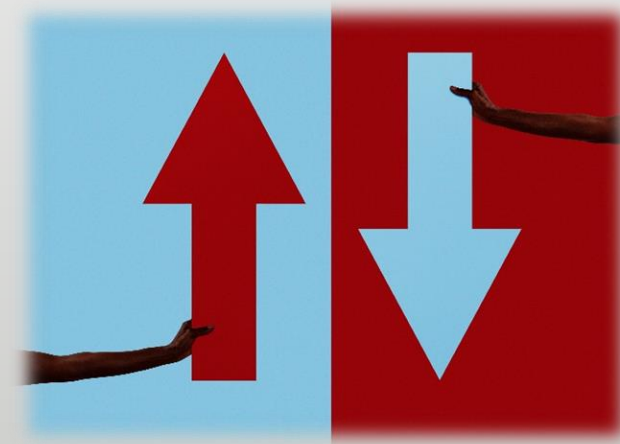
# **RAPPORT MENSUEL DES ACTIONS MARKETING**

**RAPPORT MENSUEL DES ACTIONS MARKETING**

## CA par catégorie de produit sur l'année écoulée

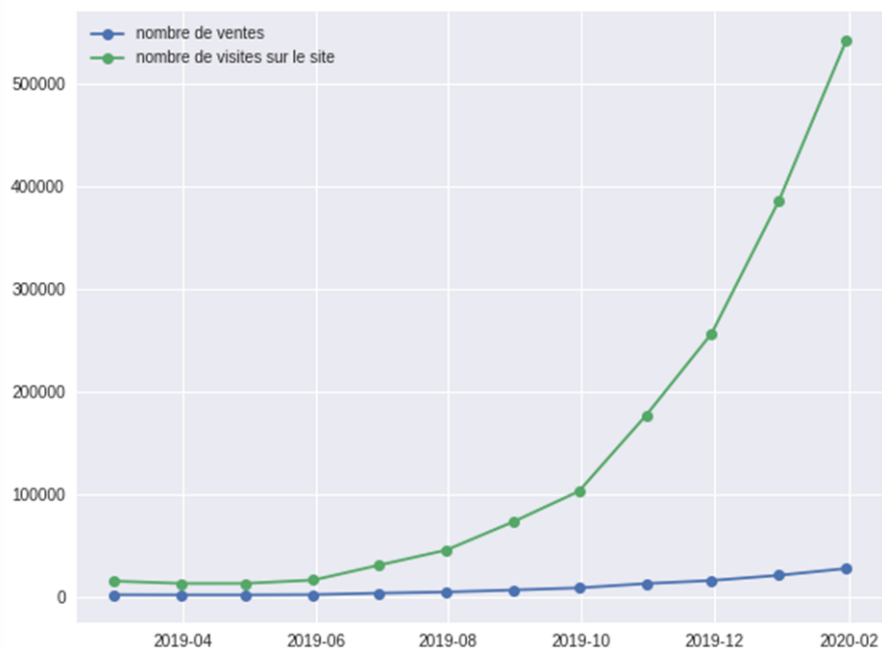


Baisse du CA High Tech



Forte hausse du CA lié à la nourriture

## Nombre de ventes et visites sur le site

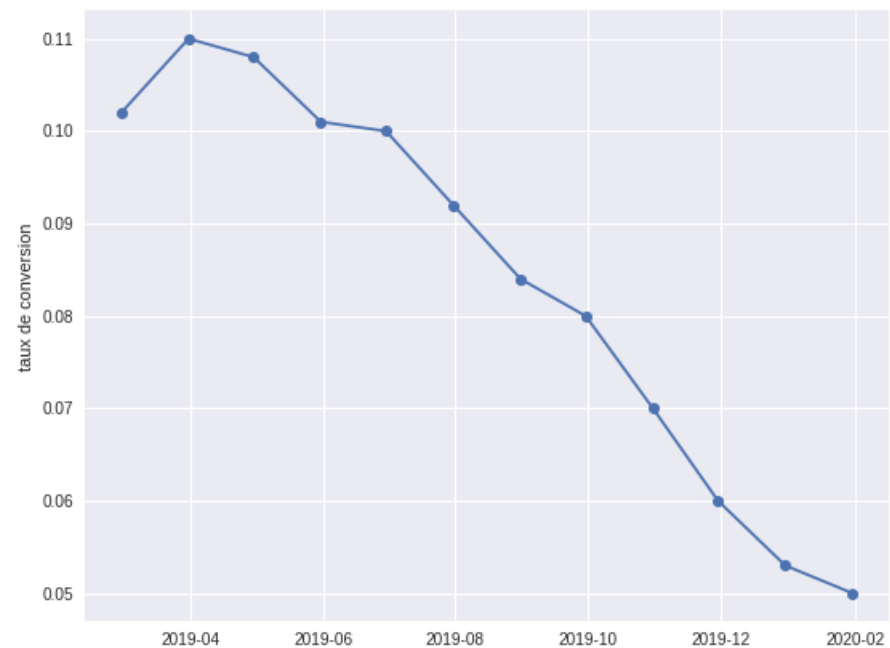


: Très forte augmentation du nombre de visiteurs sur le site



: Très légère augmentation du nombre de vente sur le dernier trimestre

# Taux de conversion



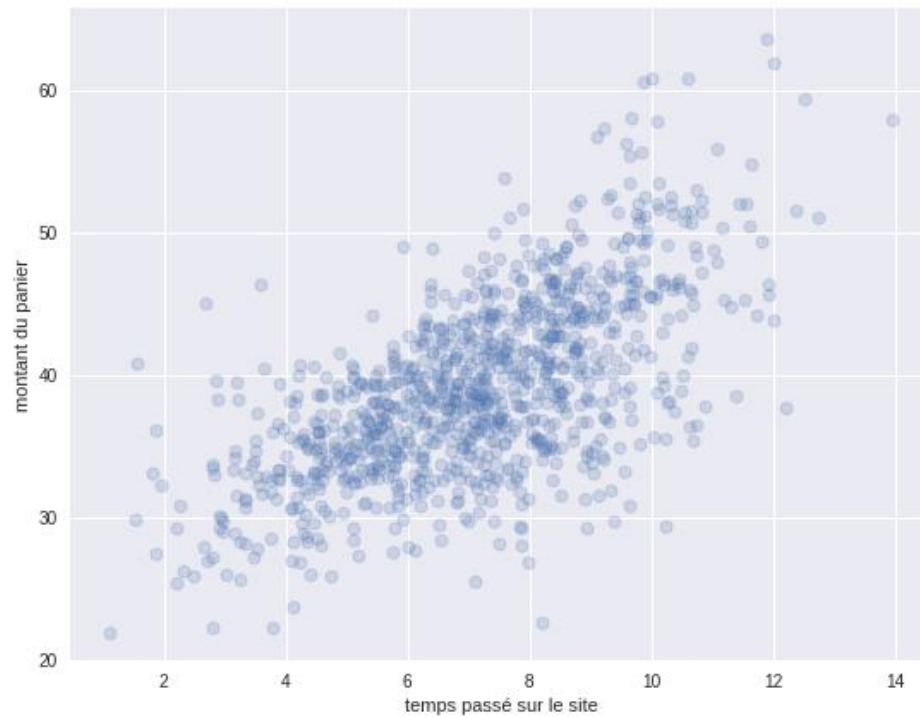
**Taux de conversion en très nette baisse**

**Soit**

**Moins de visites ayant aboutis à un achat**



## Montant du panier client



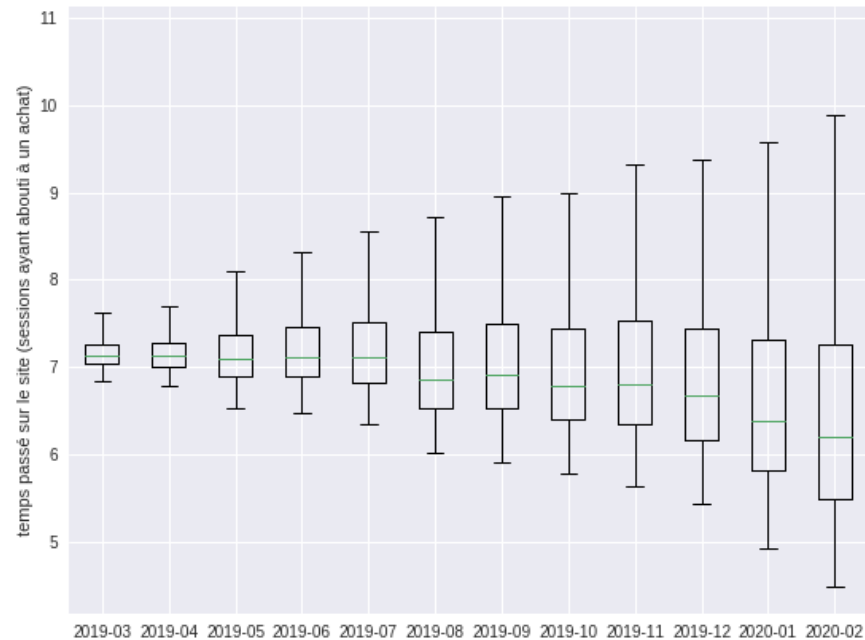
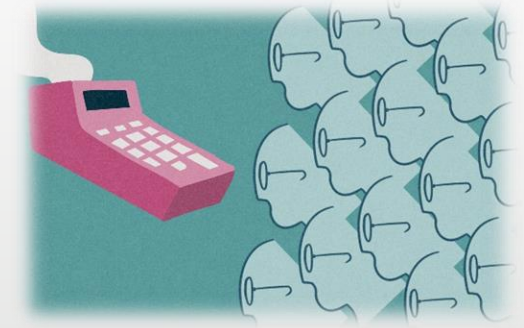
: La grande majorité des visiteurs restent entre 3 et 11 min sur le site



Le montant du panier tend à augmenter avec le temps passé sur le site



## Temps passé sur le site (sessions ayant abouti à un achat)



Initialement : Box-plot très resserré  
Evolution : Intervalle de temps plus conséquent



Parcours d'achat en évolution par  
rapport aux changements d'axe de vente

# Axes stratégiques

➡ Optimisation parcours sur site

↳ Suggestions plus personnalisées

➡ Priorisation du segment nourriture

↳ Publicité plus ciblée

