

Rapport mensuel Marketing

Pour le mois de Mars 2020

Par Kamel Badar - Data Analyst

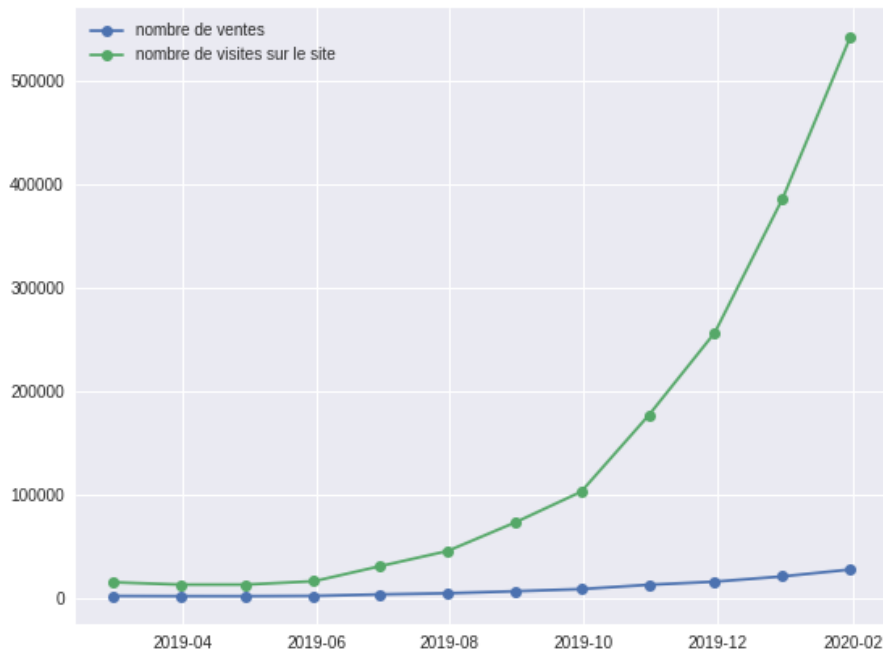


Chiffre d'affaires par catégorie d'achat



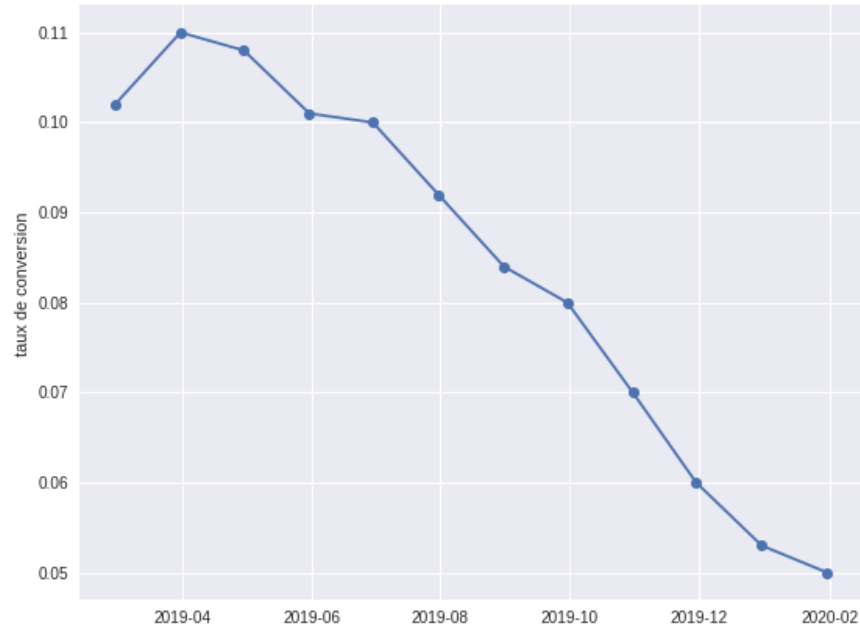
- Tendance haussière jusqu'à février 2020 pour le CA global
- Nourriture qui apparaît en juillet 2019 et augmente beaucoup jusqu'à février
- Disparition de la high-tech pour février = cause de la baisse du chiffre d'affaires ?
- Quid du mois de Mars ?

Nombre de ventes x nombre de visites



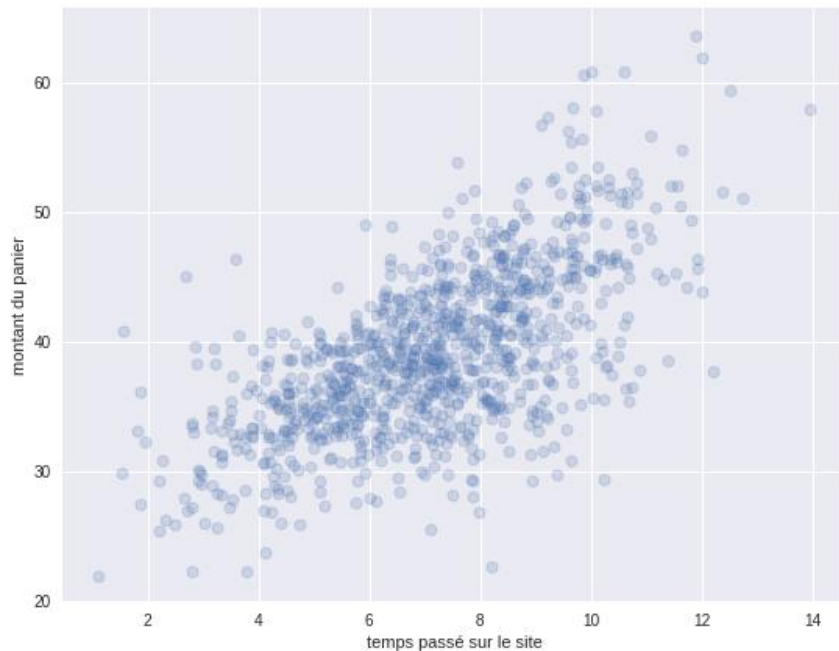
- Nb de visite en hausse sur toute la période avec une accélération à partir d'octobre 2019 (x5)
- Tendance haussière sur les ventes pour la période
- Nb de visite a beaucoup augmenté en proportion au nb de vente

Taux de conversion (nb d'achats/nb de visites)



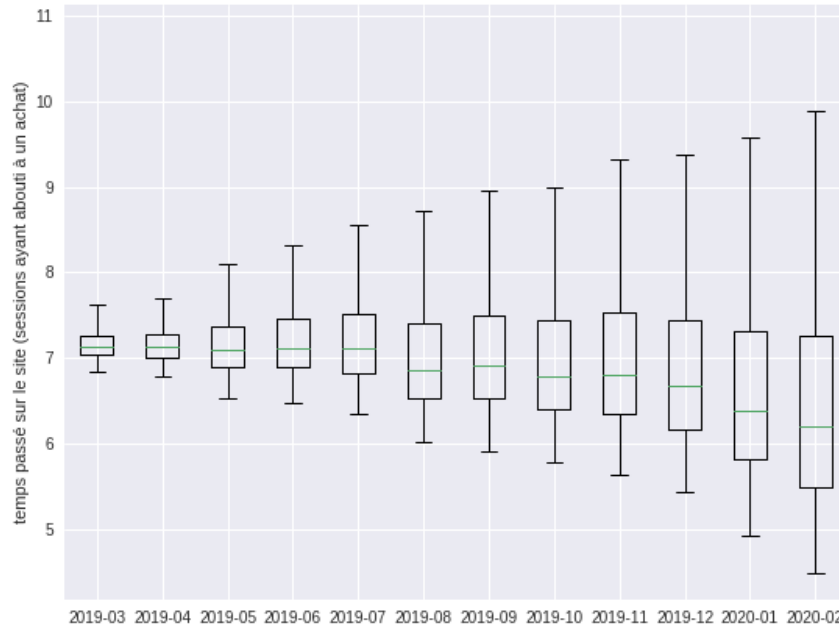
- Hausse le premier mois puis tendance baissière sur toute la période

Montant du panier x temps passé sur le site



- Corrélation positive entre le montant du panier et le temps passé sur le site
- Plus le temps passé sur le site est élevé, plus le montant du panier est important

Evolution de la variabilité du temps passé sur le site pour les visiteurs ayant acheté



- Sur la période, les clients passent moins de temps sur le site
- Temps min et max ont augmenté
- Augmentation de la dispersion



Conclusion

- Baisse du CA pour février en lien avec le changement de stratégie
- Importance des résultats du mois de Mars pour infirmer ou confirmer la tendance
- Taux de conversion divisé par deux entre mars 2019 et février 2020
- Corrélation positive entre montant du panier et temps passé sur le site
- Temps passé sur le site en baisse pour les acheteurs et variabilité qui a augmenté