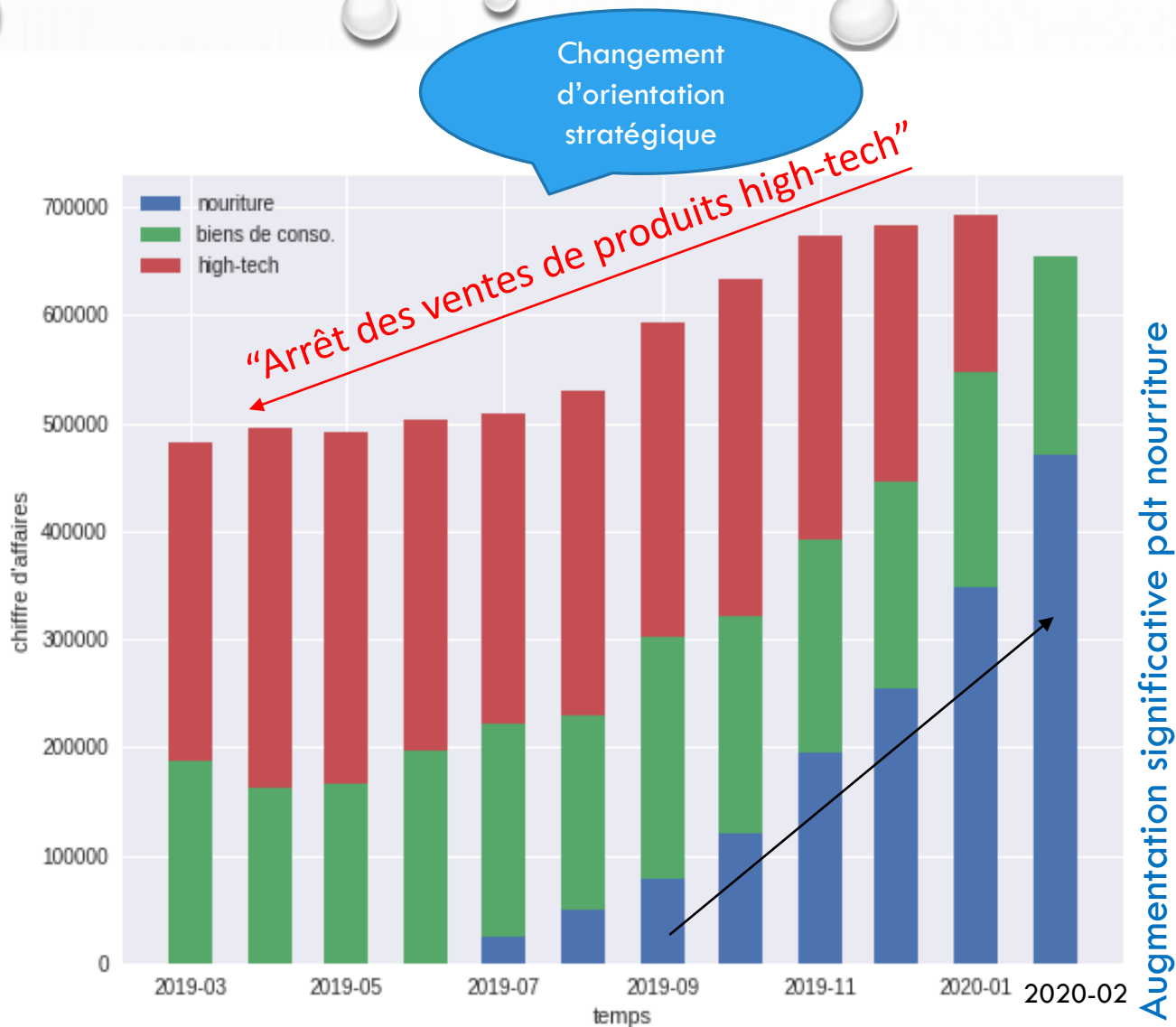


LA PROPORTION DES VENTES PAR CATÉGORIE DE PRODUIT



Remarques:

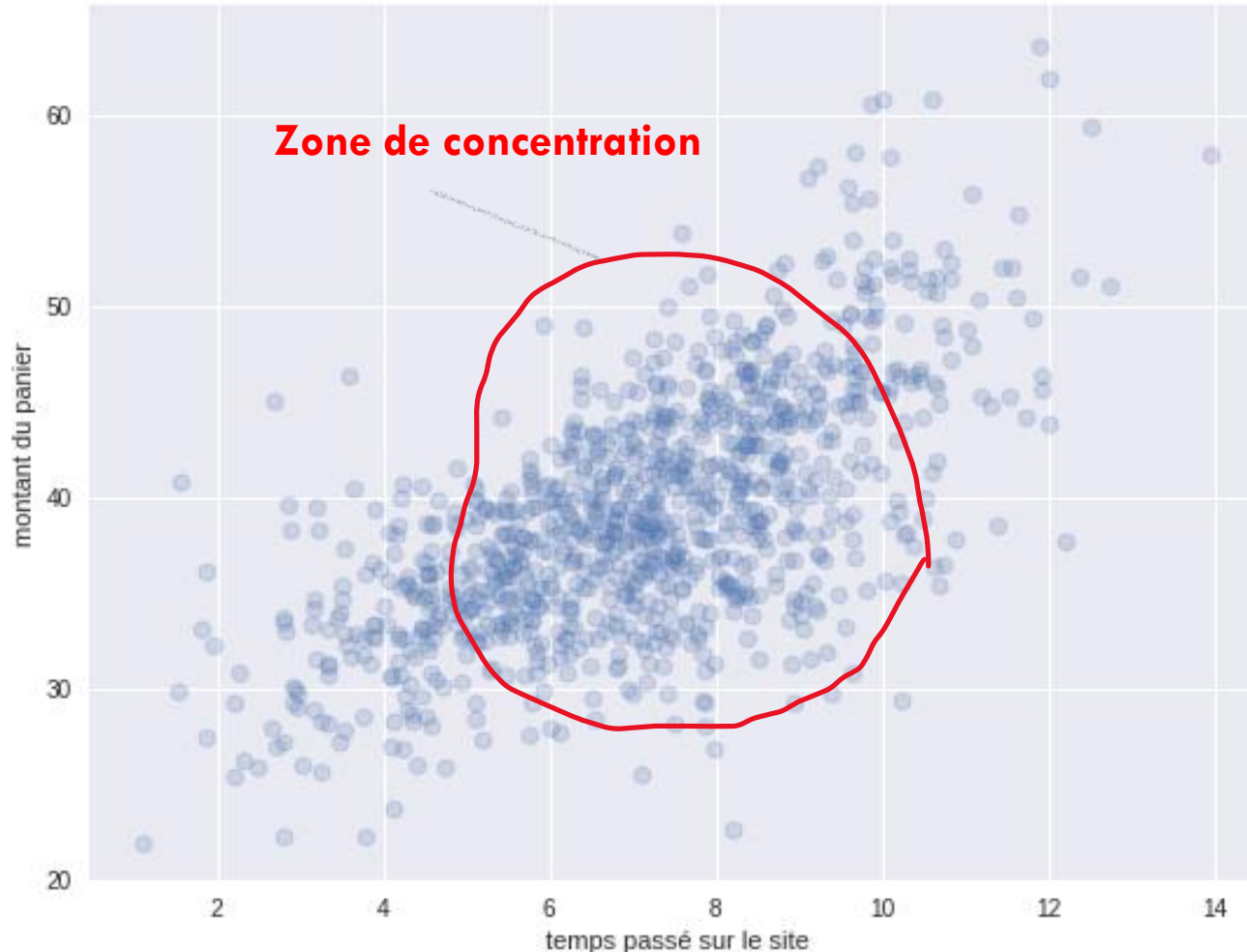
1. Biens de consommation et produits high-tech représentent la plus grande part du CA
2. Croissance constante du chiffre d'affaires pour les trois catégories
3. Augmentation croissante du CA des pds nourritures
4. Absence des high-tech en février 2020

Explications:

Décision stratégique de l'entreprise d'arrêter la vente des produits high-tech et de se concentrer sur la vente des produits nourritures.

LE MONTANT DES ACHATS DES CLIENTS (MONTANT DU PANIER)

graphique à nuage de points



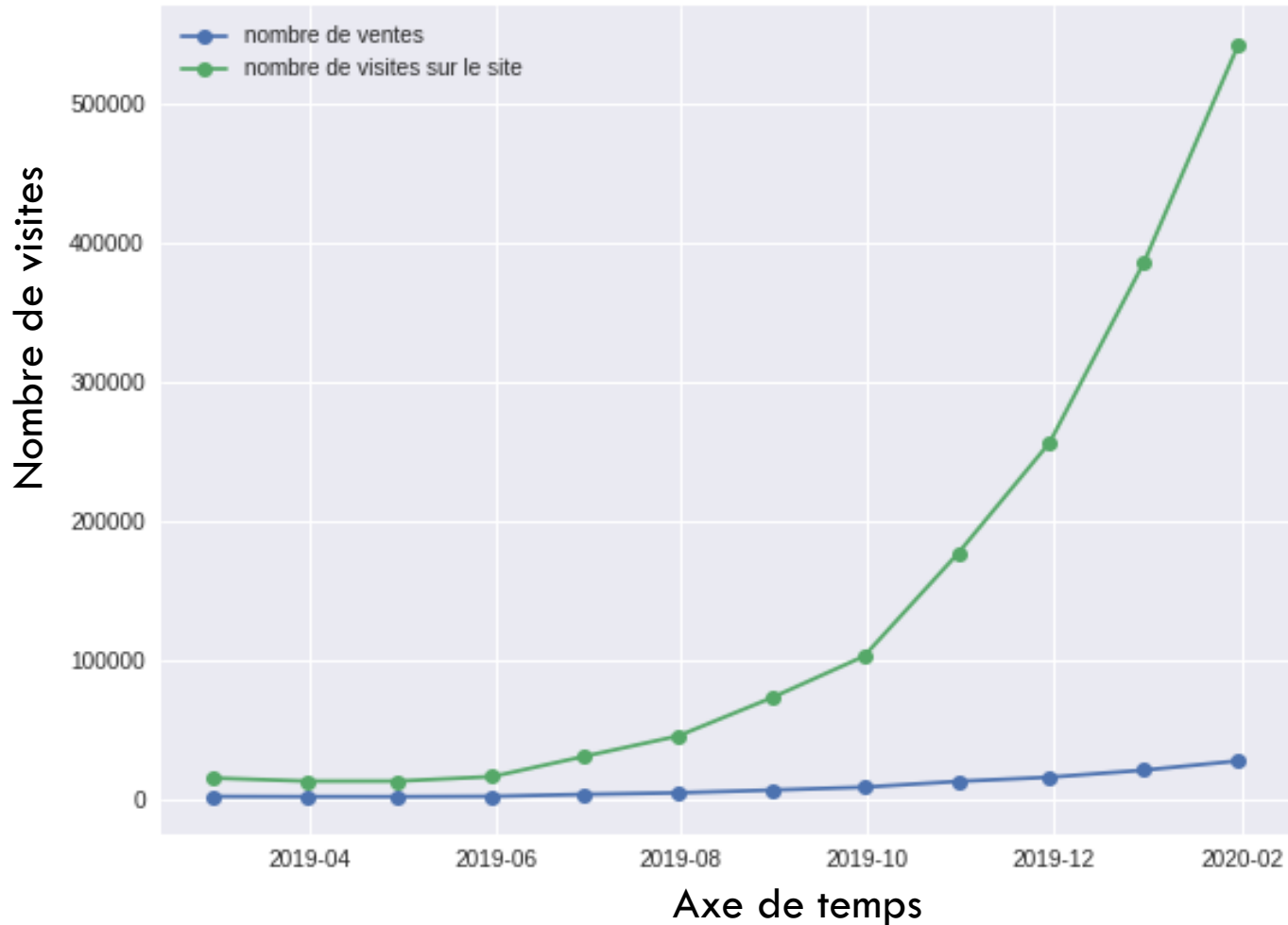
Remarques:

- ☐ Concentration notable de points entre environ 4 et 10 sur l'axe représentant le temps passé sur le site.
- ☐ Concentration de points entre 30 et 50 sur l'axe représentant le montant du panier.

Explications:

- ☐ Corrélation entre le "temps passé sur le site" et le "montant dépensé".
- ☐ Tendance générale indiquant que ceux qui passent plus de temps sur le site ont tendance à dépenser plus.

L' évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps



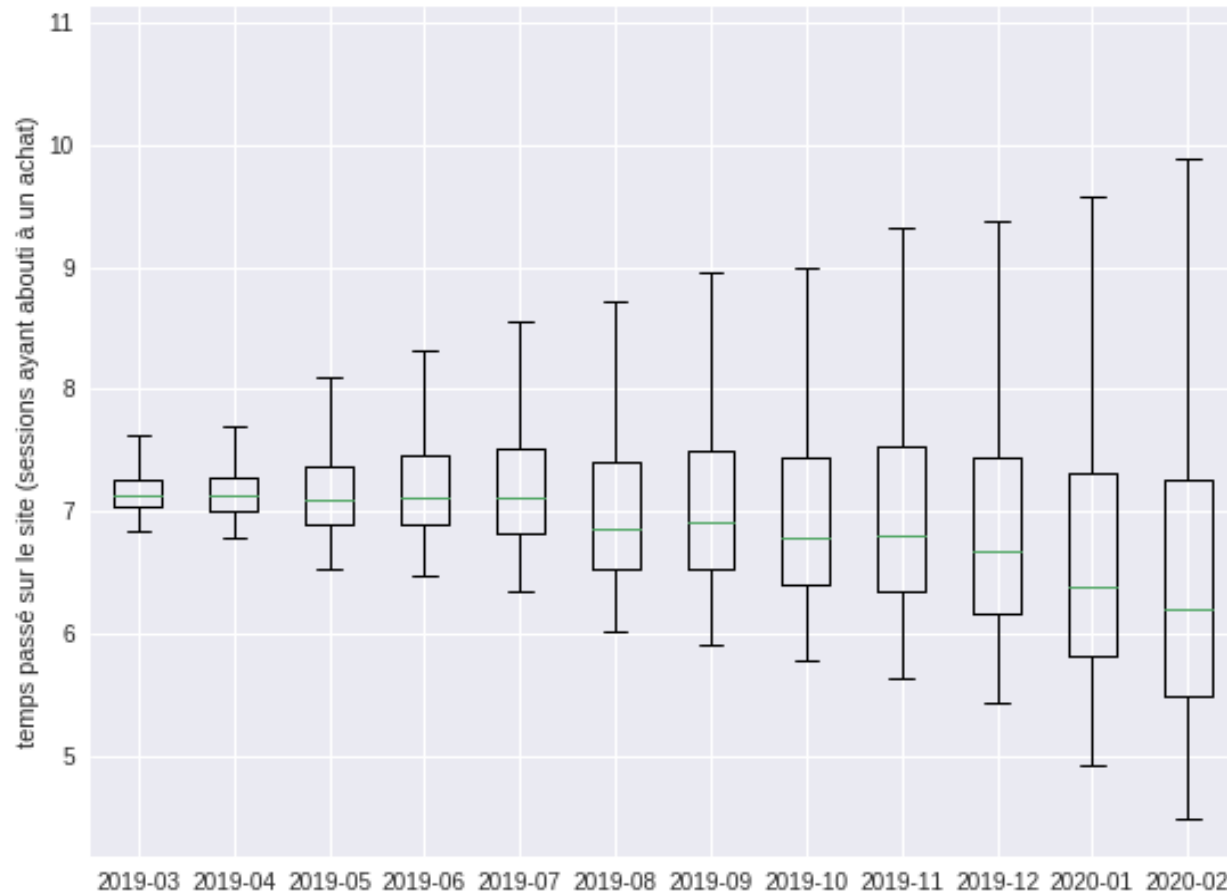
Remarques:

Il est important de noter que malgré l'augmentation du nombre de visites sur le site (**courbe verte**) : croissance exponentielle à partir d'octobre 2019, cela n'impacte pas le nombre des ventes qui reste constant donc le taux de conversion reste faible représentés par la **courbe bleu**.

Explications:

- ☐ C'est dû au changement du segment et peut être la mise en place de la nouvelle stratégie.
- ☐ problème de processus de force de vente.
- ☐ un manque d'intérêt pour les produits malgré l'augmentation du trafic sur le site.

Temps passé par les visiteurs sur le site web (sessions ayant abouti à un achat)



Le temps passé sur les sessions varie chaque mois.

Cela pourrait être dû à de nombreux facteurs:

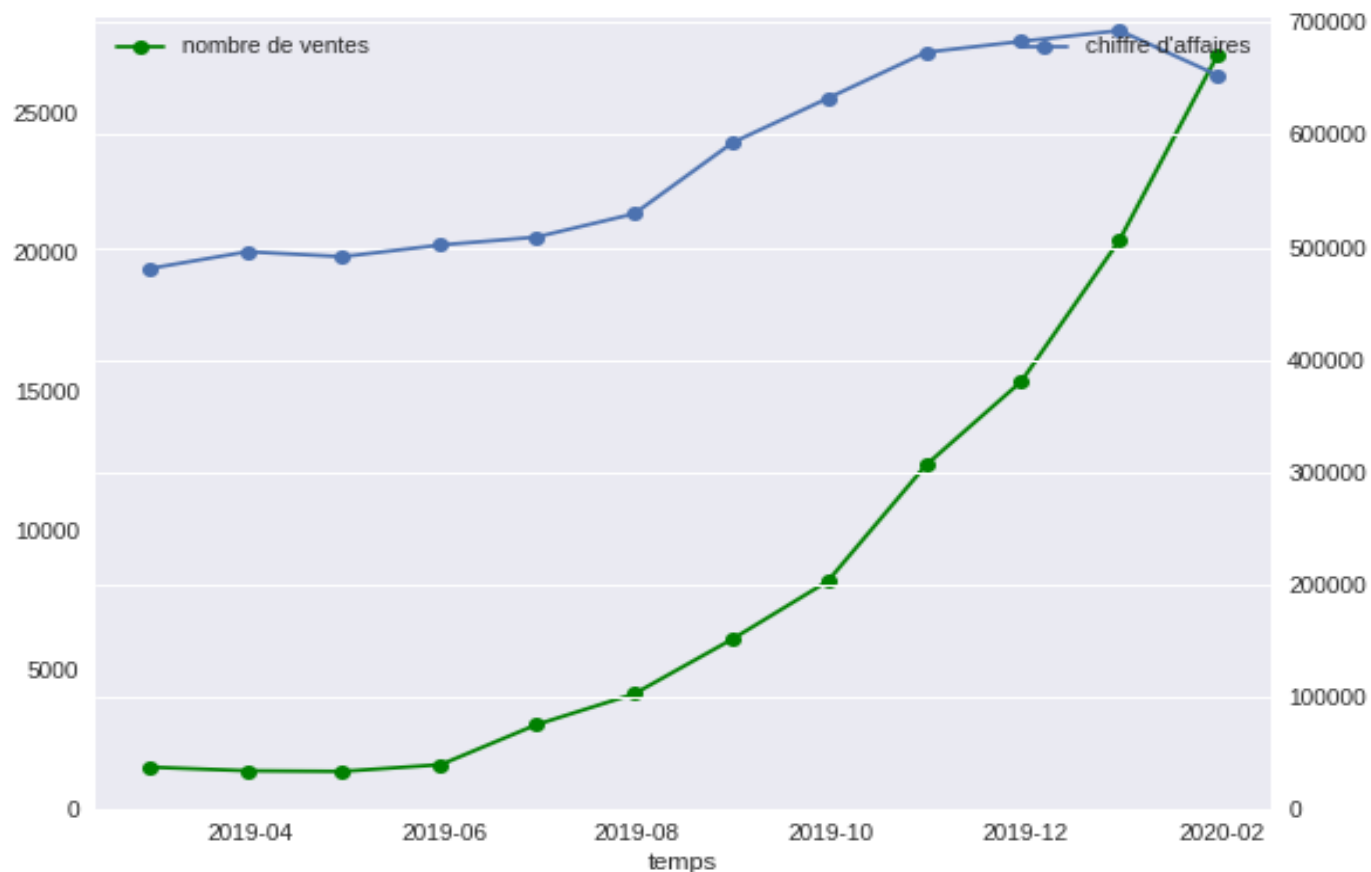
- ☐ les changements saisonniers,
- ☐ les promotions,
- ☐ les événements spéciaux...

On peut noter aussi

L'impact du **changement d'orientation stratégique**.

(le processus d'achat pour les produits de nourriture ne nécessite pas beaucoup de réflexion et donc l'achat est plus facile comparer à un produit high-tech et donc plus de volume à l'arrivé).

L'évolution du chiffre d'affaires dans les prochains mois



Remarques:

Ligne bleue représentant le CA en augmentation exponentielle parallèlement avec la **ligne verte** qui représente le nombre de ventes.

Cependant, il y a un léger plateau vers la fin voir une baisse, ce qui pourrait indiquer un ralentissement de la croissance.

Explications:

Cela pourrait s'expliquer par la décision stratégique de l'entreprise d'arrêter le high-tech et de se concentrer sur la nourriture.

Pour atteindre le même niveau de CA il faut vendre plus de volume.

Proposition d'axe stratégique

