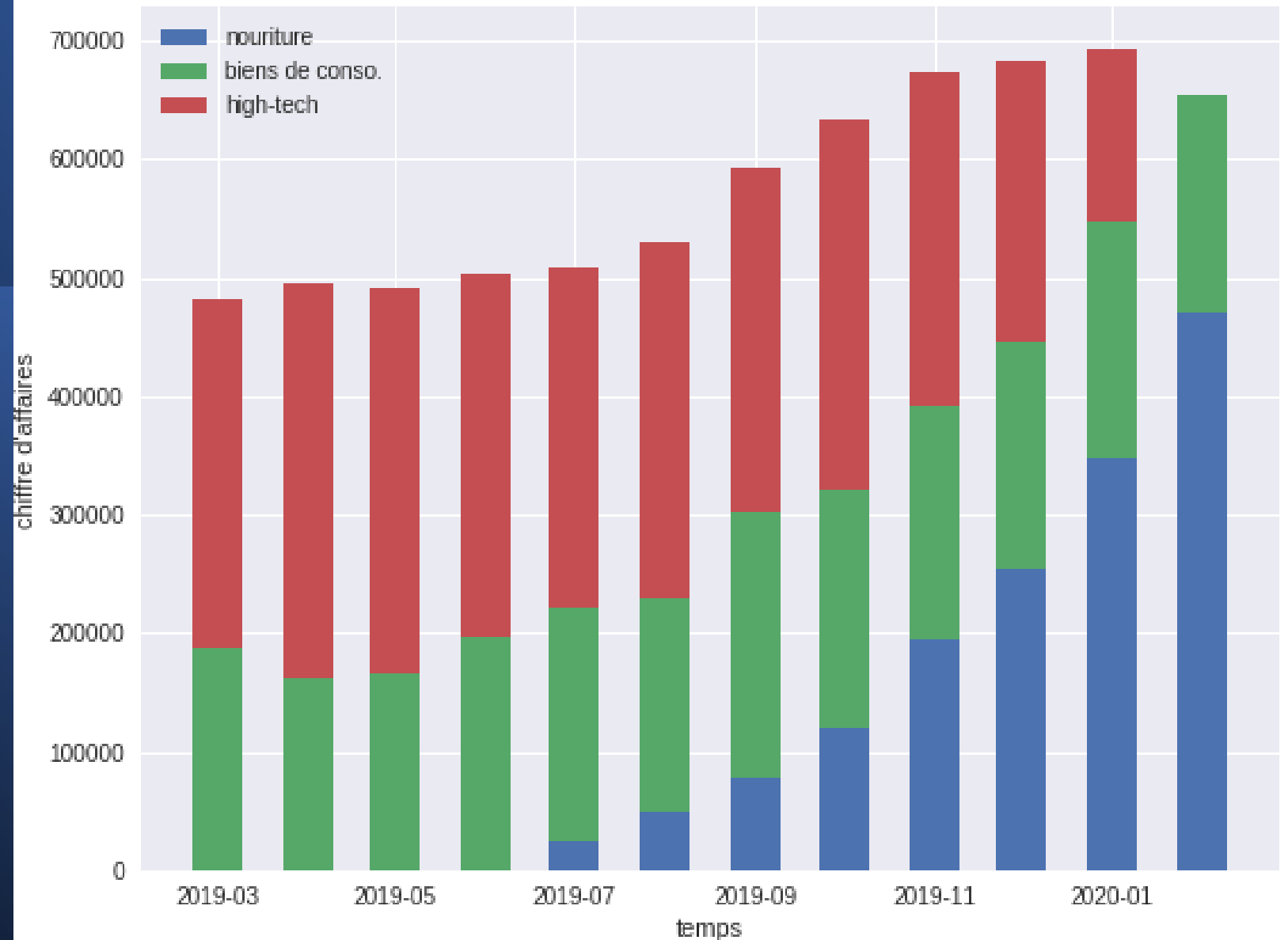


Une croissance exponentielle de l'alimentaire qui porte les $\frac{3}{4}$ du CA soit +73% en ce début d'année !



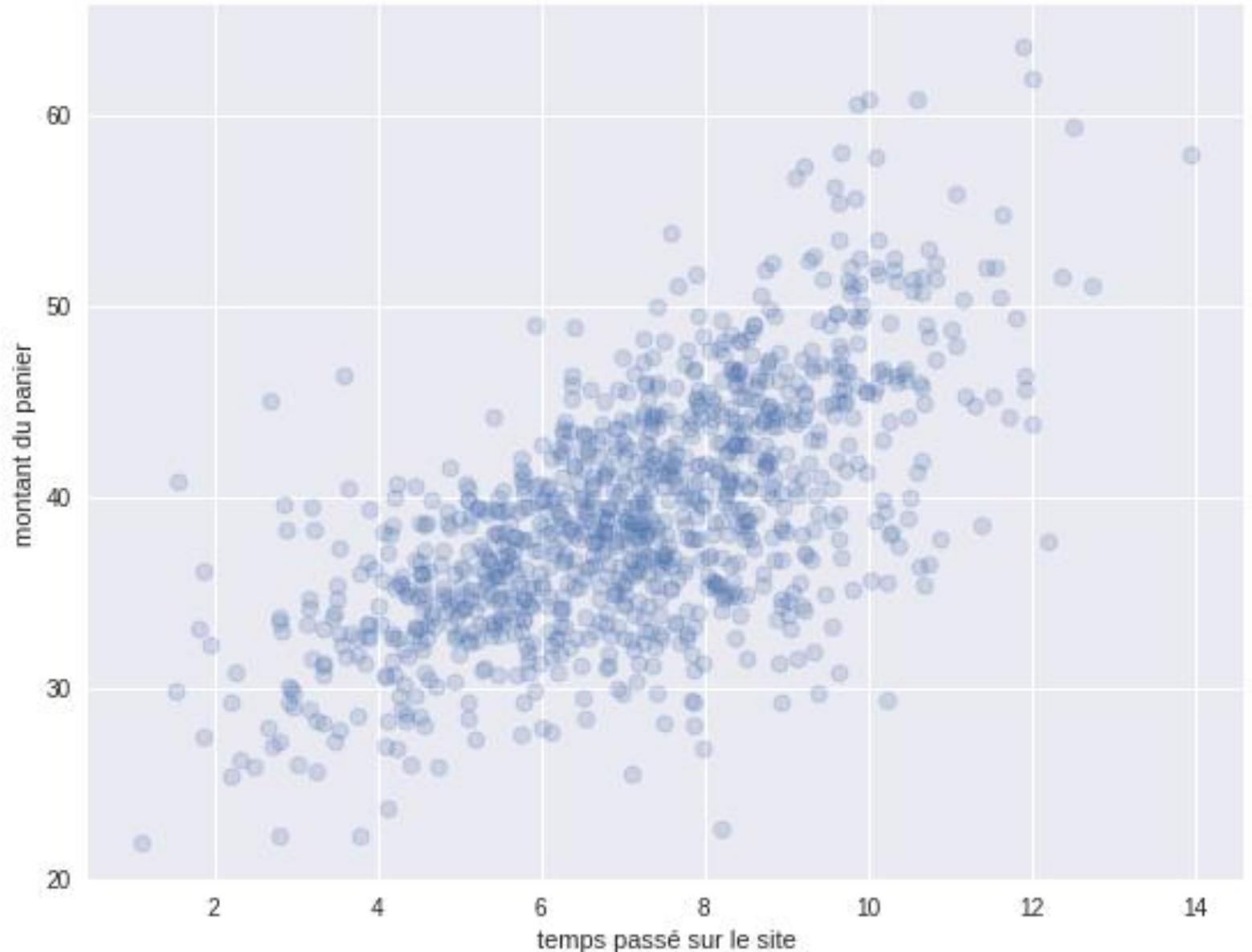
Correlation positive entre le montant du panier et la durée passée sur le site web



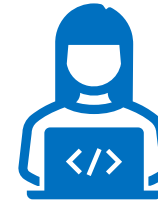
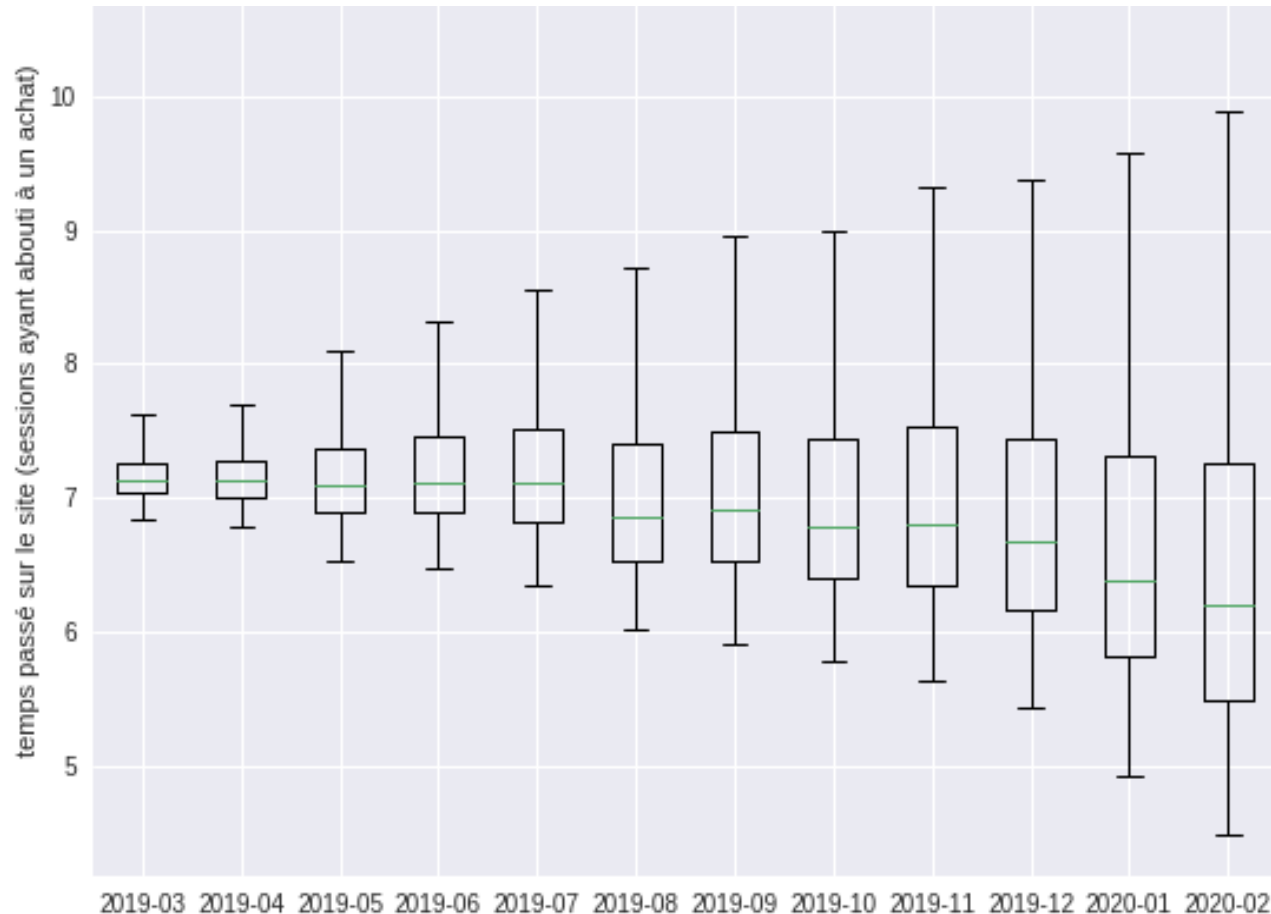
Le temps passé sur le
site web se concentre
entre 4 et 10 min



Le montant du panier
varie entre 30 € et 50 €



Changement de comportement des consommateurs



Temps passé sur le site web
rallongé : une concentration
entre 5,6 et 7,20 min



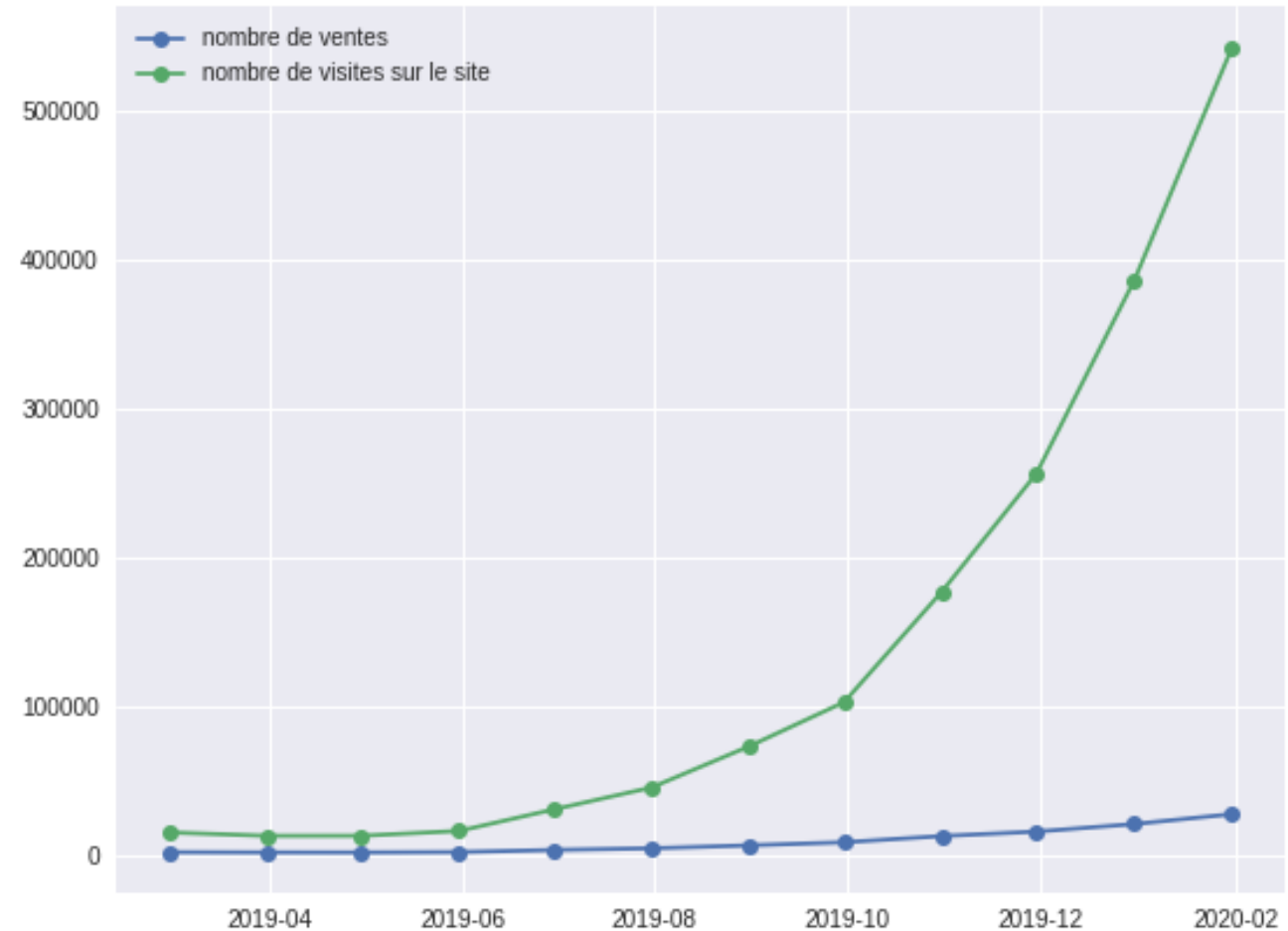
Les achats aboutissent +
rapidement : Panier validé à
6,20 min en février vs 7,10 min
en 2019

Un trafic exponentiel face à des ventes en faible croissance

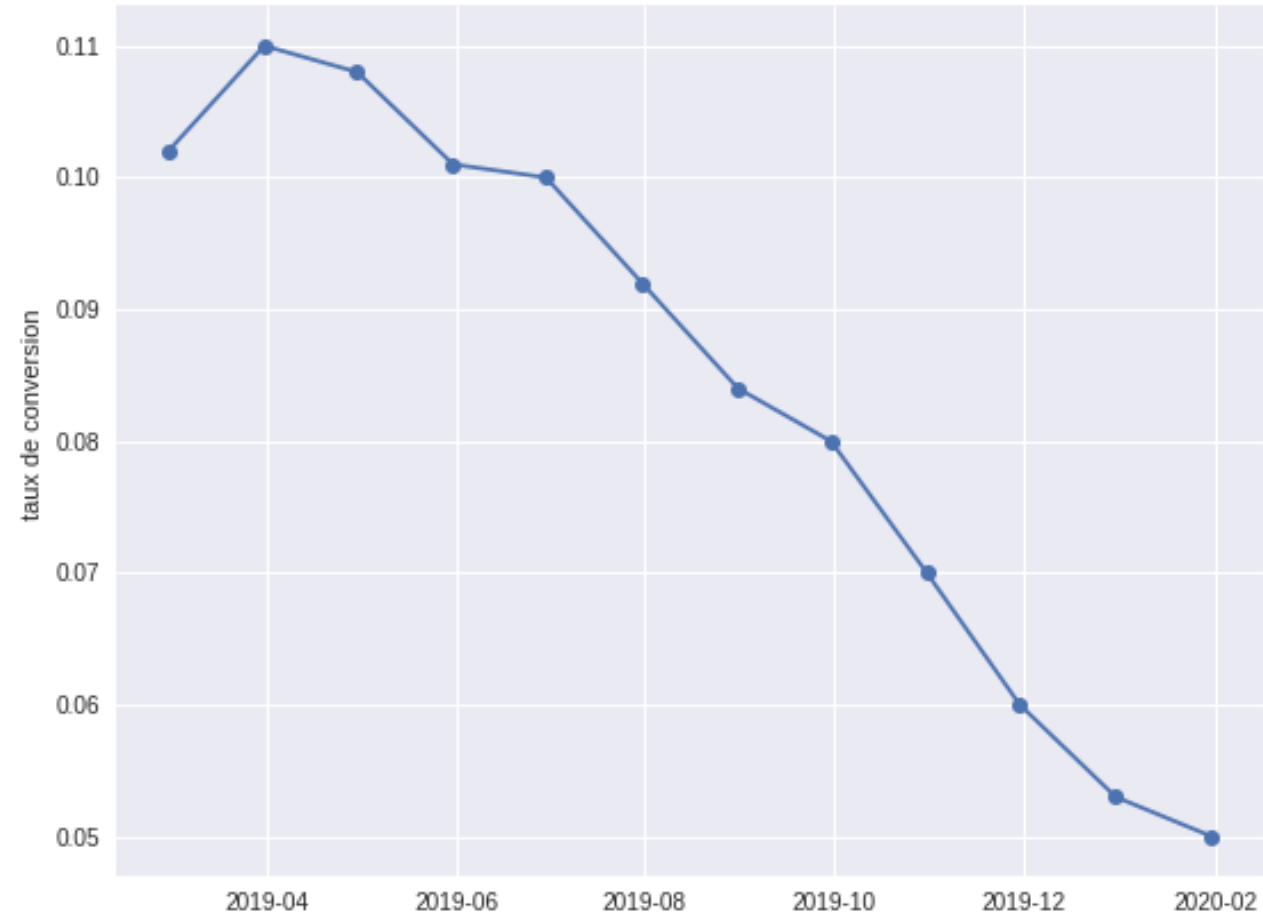
En février

- 550 000 visites
- près de 25000 ventes
- Conversion Rate = 4,5 %

=> Le nombre de visites
augmente plus vite que le
nombre de ventes



Le taux de conversion des leads est en chute libre (+50% de perte)



- Perte de leads depuis avril 2019