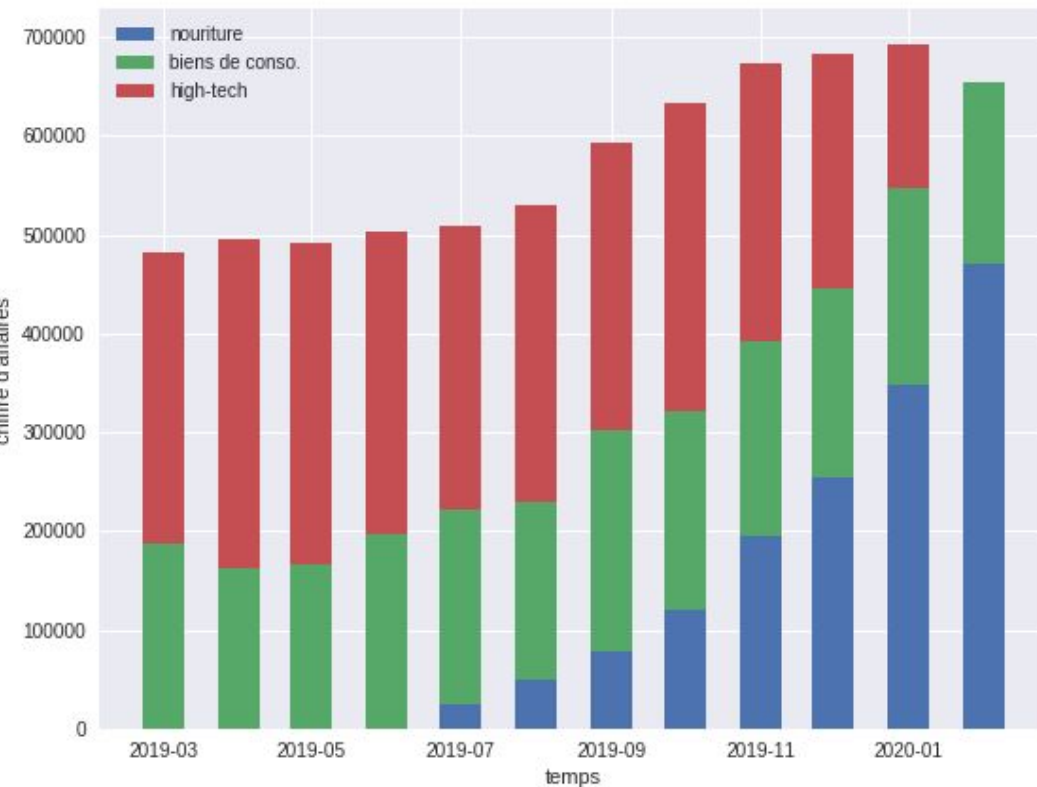


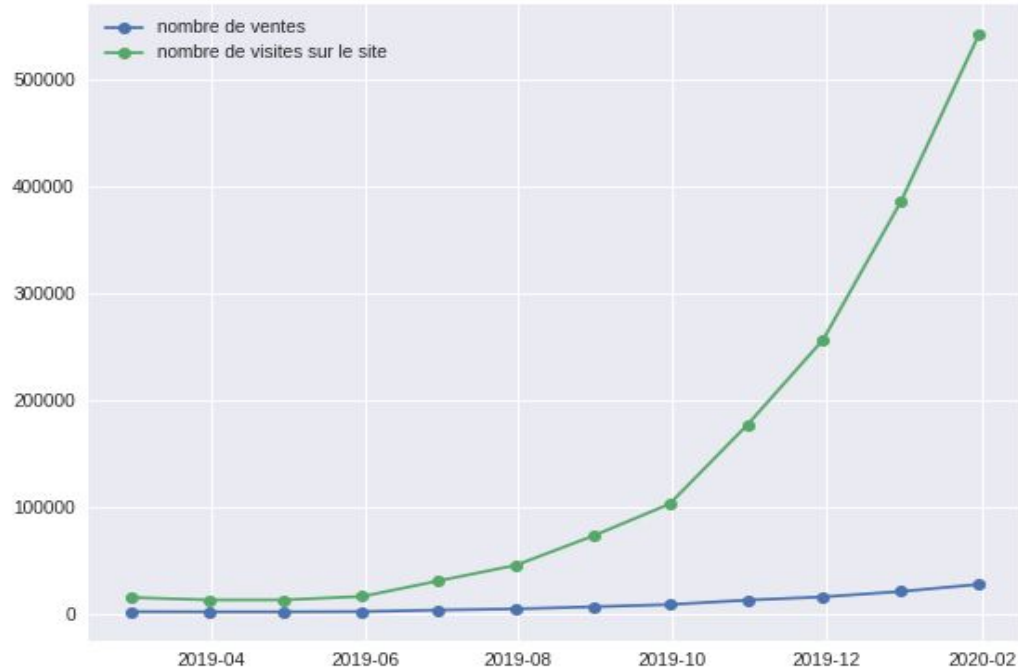
RAPPORT MENSUEL



-CA* quasiment stable de mars 2019 à juin 2019 aux alentours de 500 000 € (40% biens de consommation et 60% high-tech).

-Augmentation considérable dès l'introduction des ventes de nourriture pour atteindre 700000 € en janvier 2020 (50% nourriture, 28,5% biens de consommation, 21,5% high-tech)

-Baisse du CA entre Janvier et Février 2020 : arrêt des ventes high-tech dû à la fin de stock et l'arrêt des commande fournisseur des produits high-tech (stratégie de l'entreprise).



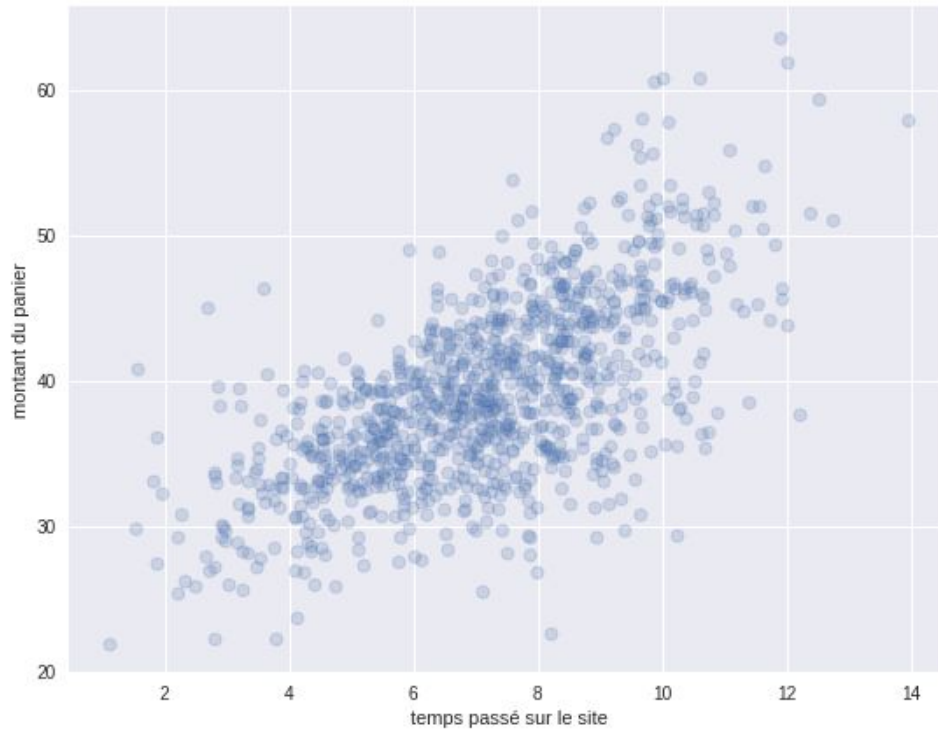
-Nombre de visites sur le site : stable de mars à juin 2019, a augmenté de façon importante à partir de juillet 2019: concomitant au début de vente de nourriture.

-Nombre de ventes : légère augmentation entre juillet 2019 et février 2020.



-Ratio ou taux de conversion : $(\text{nombre d'achats des clients}) / (\text{nombre de visites})$

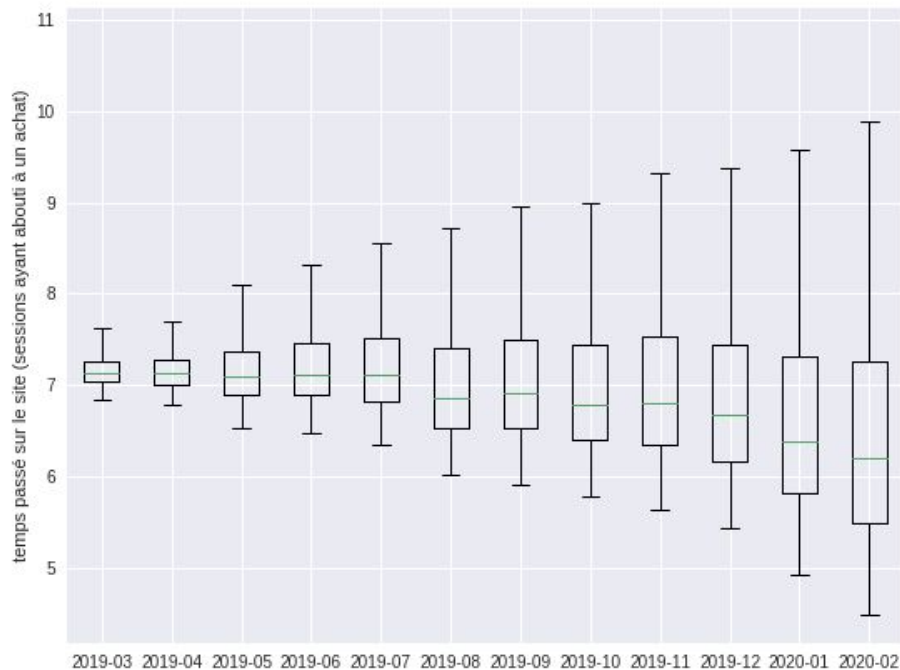
-Diminution importante du ratio : nombre de vente quasi stable contre une explosion des visites sur le site.



-Temps moyen passé sur le site : 7 min

-Montant moyen du panier : 40€

-corrélation positive entre temps passé sur le site et montant du panier



-Élargissement de l'étendue du temps passé sur le site durant la période de mars 2019 à février 2020: augmentation du temps maximal : jusqu' à 10 min, diminution du temps minimal : jusqu'à 2 min (pour les sessions ayant abouti à un achat)

- Temps passé sur le site de plus en plus variable



CONCLUSION

- La baisse apparente du chiffre d'affaires entre janvier et février 2020 serait lié à la suppression des ventes high-tech.
- En comparant le CA réalisé par les ventes (bien de consommation + high tech) au CA réalisé par les ventes (biens de consommation + nourriture), on se rend compte que les ventes de nourriture sont très intéressante sur le plan gain en CA (650 000 € contre 500 000 €): augmenter ses commandes de nourriture auprès des fournisseurs.
- Augmentation de la variabilité du temps passé sur le site : étendue intervalle de temps de plus en plus large : introduction de vente de nourriture, facteurs externes (début de la pandémie du COVID 19, les clients privilégient le e-commerce, évitent l'exposition, nature des achats)
- Corrélation positive entre le temps passé sur le site et le montant du panier.



Merci pour votre attention