

Bilan Février 2020

- ❑ Les ventes par catégories
- ❑ Le comportement des utilisateurs
- ❑ L'évolution des conversions
- ❑ Le montant du panier par temps passé
- ❑ Evolution du chiffre d'affaires
- ❑ Suggestion d'axes stratégiques

Le Grand Marché



OSOPRIMO
OMAREY
77 - 118
Inconnu

OSCHAMER
ONVBI
SOS
SUCROPO

OSTENAM
SUS SIS
OSIS 21 16
SUCROPO

OSRITTE
ODAPU
19
MAY 101 101010

RIOLTEL
16
MAY 101 101010

OSOS CACRUM COM



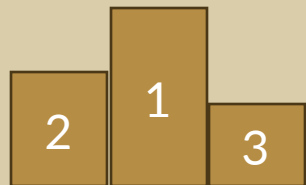


Les ventes par catégorie

Evolution des ventes par catégories :

- Augmentation de la proportion des ventes de nourritures
- Arrêt des ventes du high tech
- Stabilisation des biens de consommation

Un chiffre d'affaires en baisse sur février



Le Grand Marché

Février



Le comportement des utilisateurs

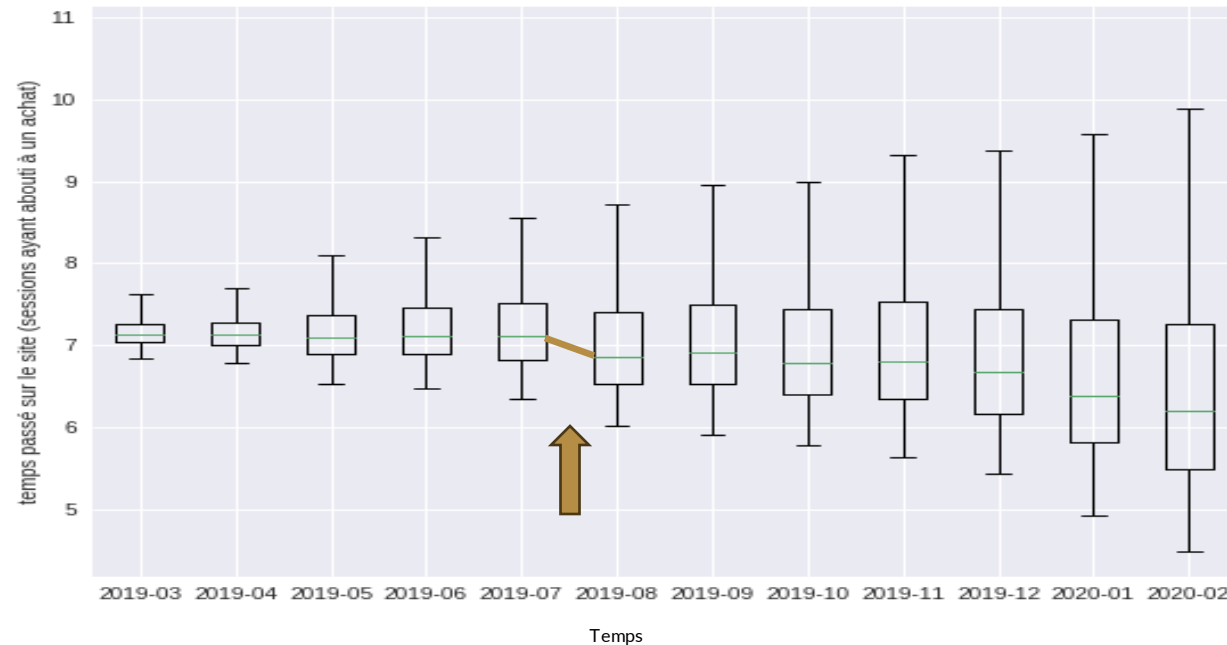
Evolution du comportement des utilisateurs :

- Diminution générale du temps passé sur site
- Depuis 2020, la durée de présence sur site n'est plus homogène
- Etirement des délais de présence des utilisateurs

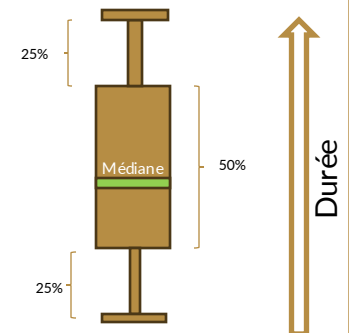


Le Grand Marché

Février



Durée des connexions au site de « Grand marché » pour des sessions ayant abouties sur un achat

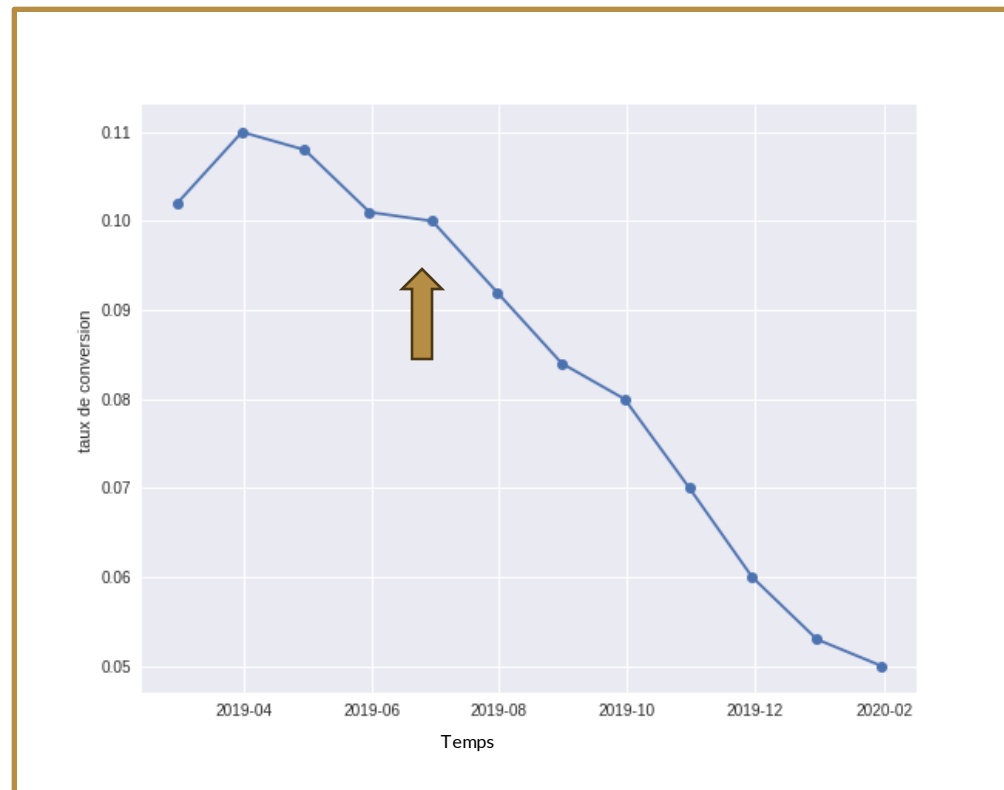




L'évolution des conversions

Taux de conversion en nette baisse :

- Pas de pente douce depuis juillet 2019
- 5 % des visites se transforment en achat soit 5% de baisse depuis 1 an.



Le Grand Marché

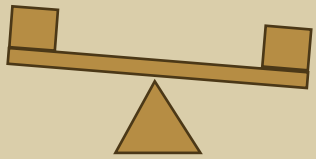
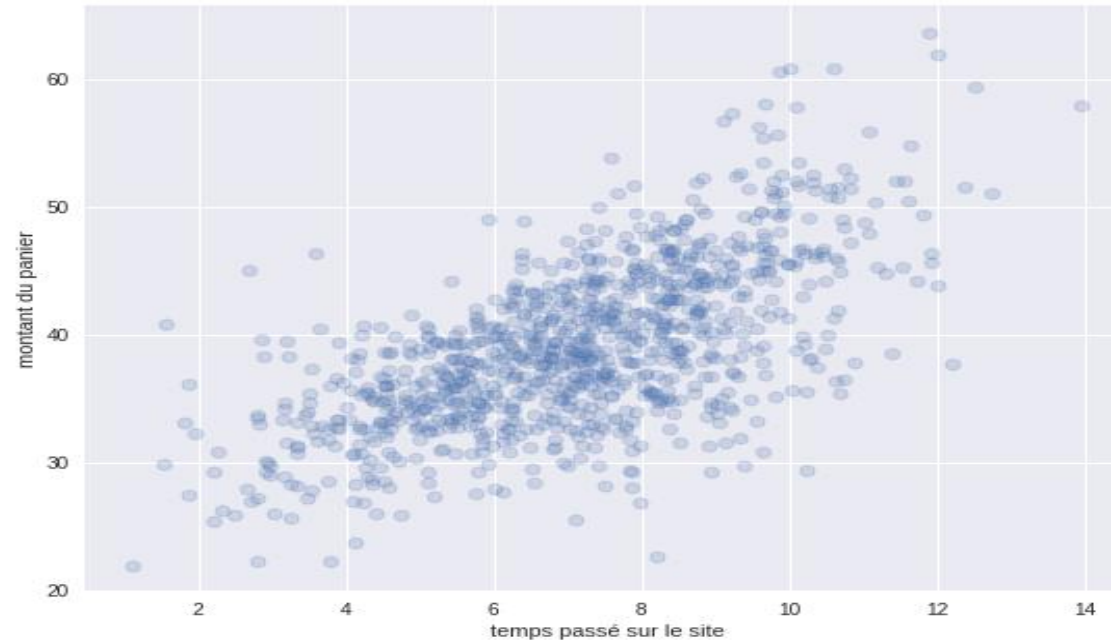
Février



Le montant du panier par temps passé

Un volume de ventes élevé pour des montants unitaires faibles

- Concentration des ventes entre 4 et 10 minutes
- Panier moyen entre 30 et 50 €



Le Grand Marché

Février



Evolution du chiffre d'affaires

L'augmentation significative du nombre de ventes, combinée à la diminution du chiffre d'affaires, s'explique par deux facteurs :

- Une orientation vers les biens de consommation courante et l'alimentation
- L'arrêt des produits high-tech.

Cela se traduit par un volume de ventes plus élevé, mais avec des articles de moindre valeur.



Le Grand Marché

Février

**Le Grand Marché****Février**

Suggestions d'axes stratégiques

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES :

Baisse en février suite arrêt High Tech, mais doit être compensée par l'évolution de la part Nourriture à confirmer sur mars

AXE FIABILISATION DES INFRASTRUCTURES :

- Renforcer le site web et sa surveillance en raison d'un nombre accru d'utilisateurs pour optimisation des temps de chargement et la capacité du serveur

AXE RENFORCEMENT DES MARCHES :

- Lancer une étude par segment pour optimiser l'expérience client sur la recherche des produits et adapter les stratégies de promotions.

Objectif étant d'augmenter le montant des paniers moyens et limiter le nombre de sollicitation sur le portail de grand marché.