

PROJET 2

1

Faites une analyse des ventes pour un e-commerce

Rossano Cordella

28/01/2022

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION
2. OBJECTIFS
3. INDICATEURS MENSUELS
4. CONCLUSION

1. INTRODUCTION

- Dans cette présentation nous ferons le rapport des actions marketing avec les indicateurs essentielles;
- L'analyse sera faite avec la présentation des graphiques.

2. OBJECTIFS

- Analyse mensuel des indicateurs clés du mois précédent pour le service Marketing du Grand Marché.



3. INDICATEURS MENSUELS

- Analyse de cinq graphiques pour les suivantes indicateurs:
 - Ventes par catégorie et Chiffre d'affaires;
 - Montant du panier;
 - Taux de conversion;
 - Nombre de visites et achats;
 - Évolution du temps passé par les visiteurs sur le site web du notre site.

Proportion des ventes par catégorie de produit et évolution de chiffres d'affaires

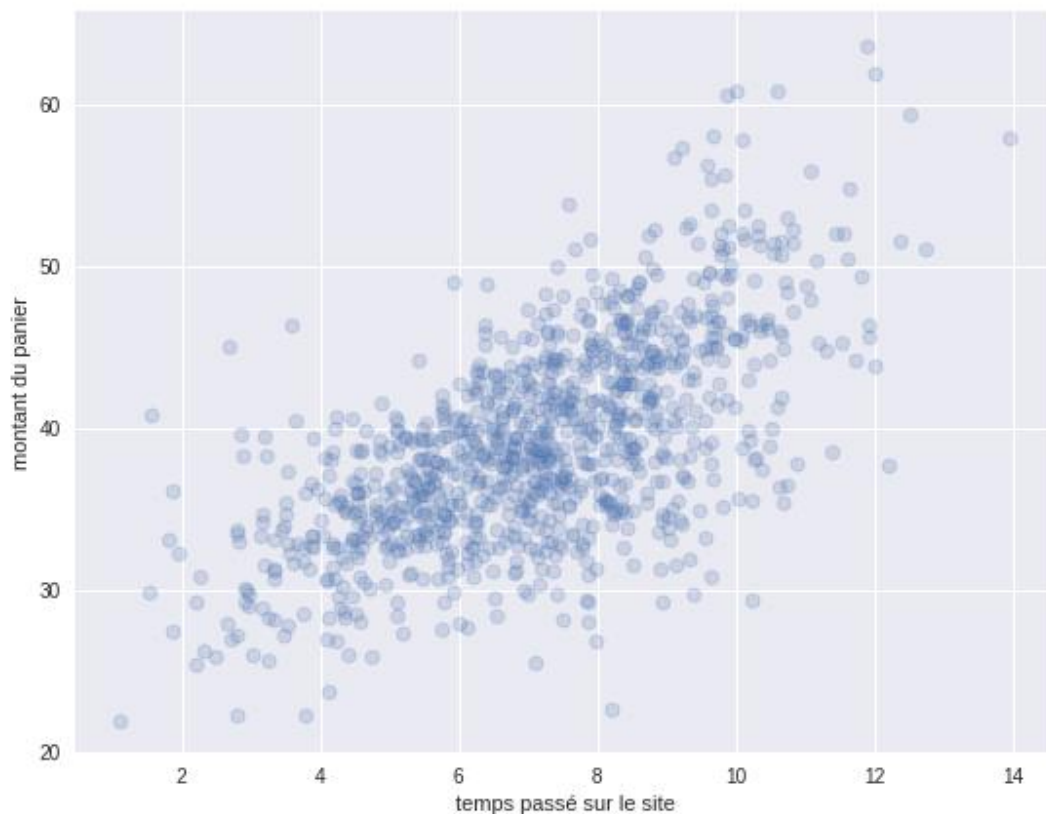


- Une baisse du chiffre d'affaires de 5% :

↳ Changement de stratégie

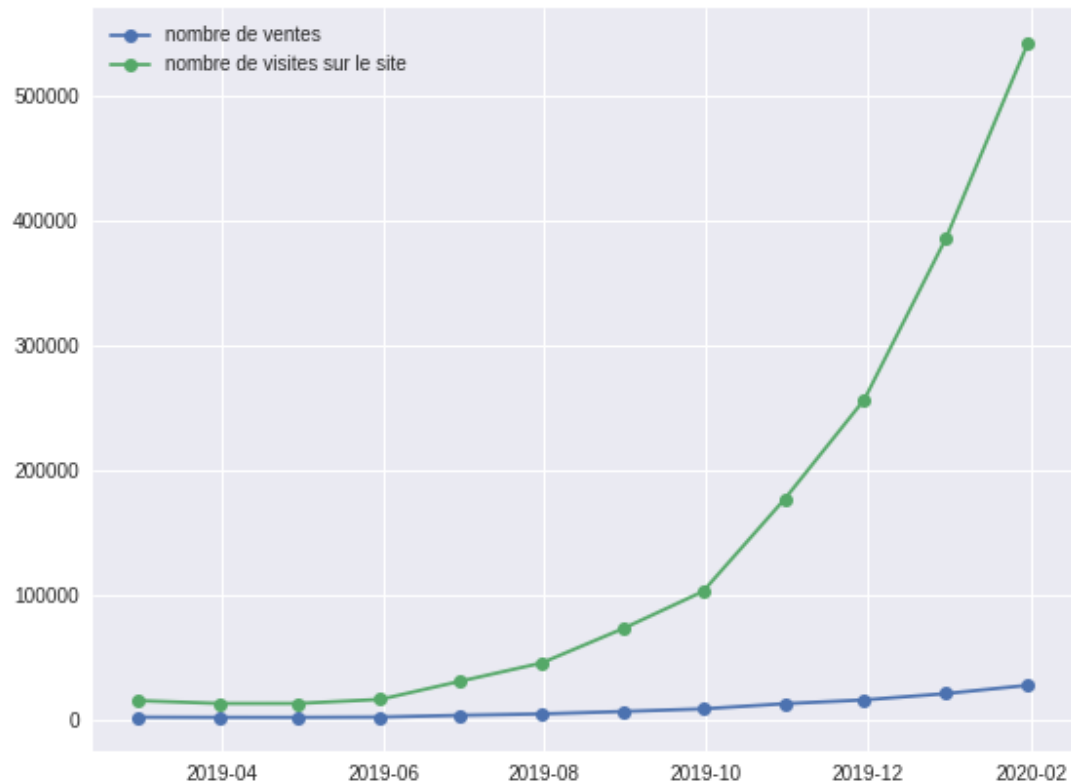
- Le CA pour la nourriture augmente en moyenne 25% par mois;
- Le CA pour le bien de conso varie autour de 150k € tous les mois.

Montant des achats des clients (montant du panier)



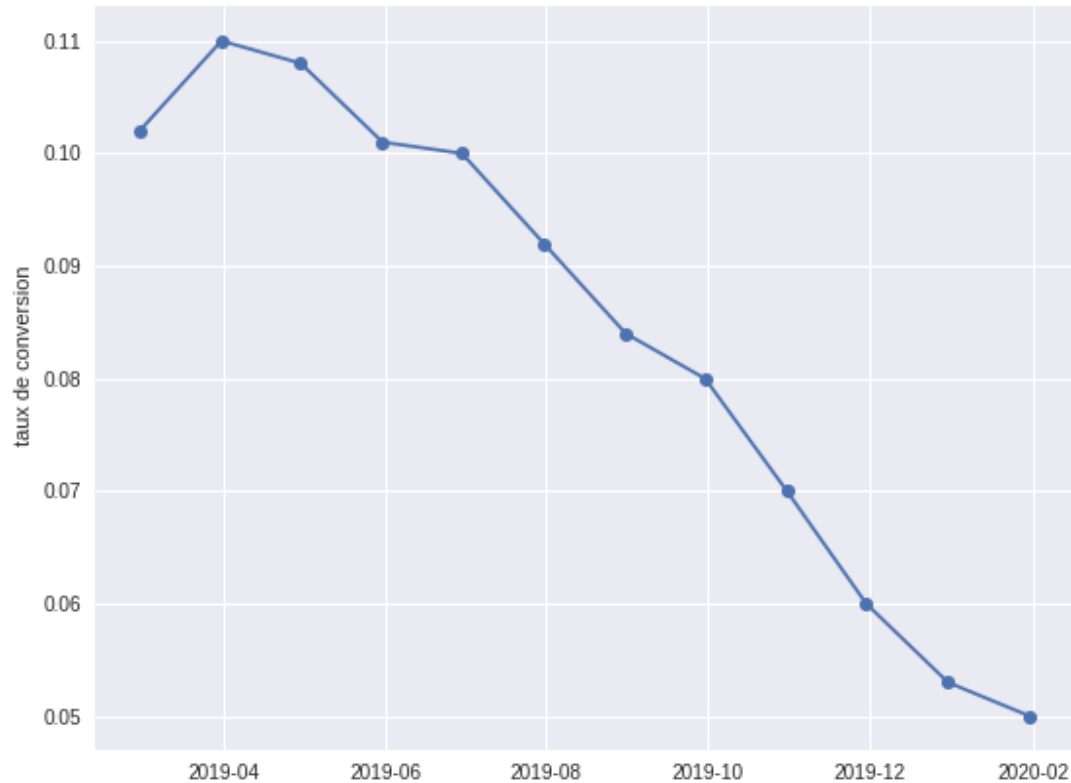
- Relation entre le montant et le temps passé.
- La plus part des achats se font entre 4 et 10 min avec un montant de 30 à 50 euros.

Évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps et évolution du nombre d'achats des clients



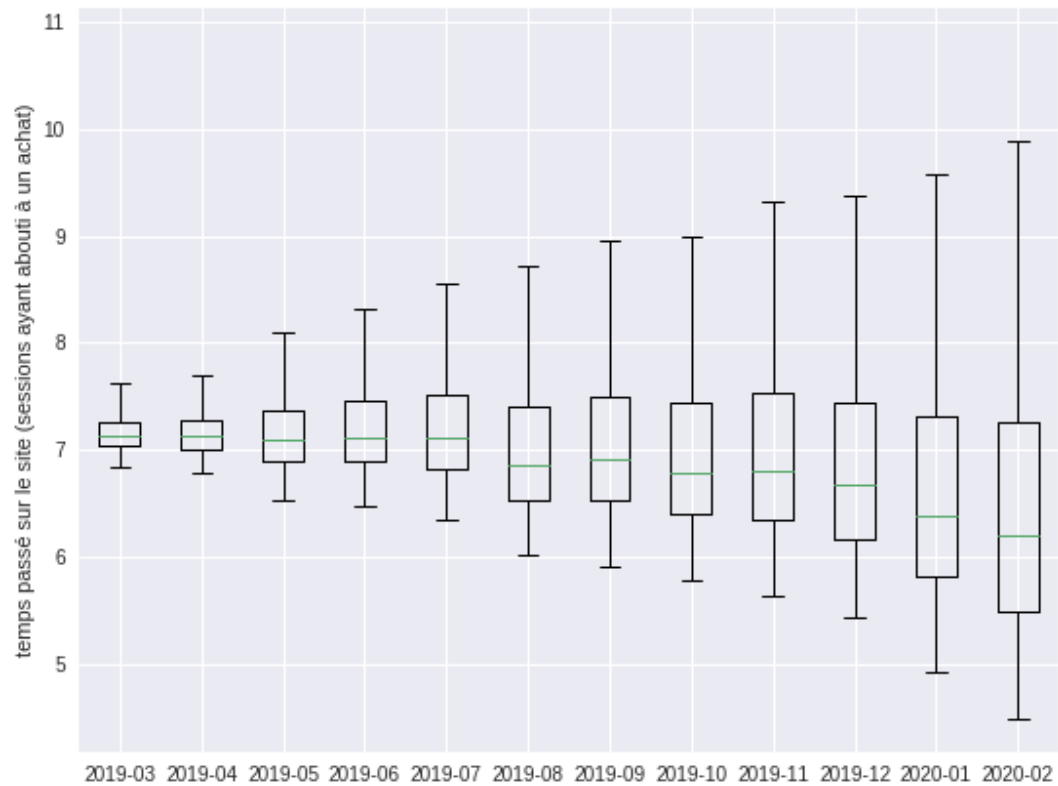
- Évolution exponentielle du nombre de visites en 25x plus que 2019/04;
- Évolution du nombre de ventes en 20%.

Évolution du ratio (nombre d'achats des clients)/ (nombre de visites) au cours du temps



- Une baisse du taux de conversion de 6 points par rapport 2019/04.
- Taux de conversion moyen e-commerce en France: 3%

Temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat) et évolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat).



- Augmentation de la variabilité en 5x entre 2019/03 et 2020/02.
- Les comportements des visiteurs sur le site varient de plus en plus à mesure que l'on change notre offre de produit.

3. CONCLUSION

- Nous avons eu des évolutions de 20% dans le nombre de ventes et 2500% le nombre de visites sur le site;
- Le changement de stratégie a impacté le chiffre d'affaires de ce mois en 5%;
- Le taux de conversion est à au dessus de la moyenne pour un e-commerce de 3%;
- Augmentation da variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site en 5x.