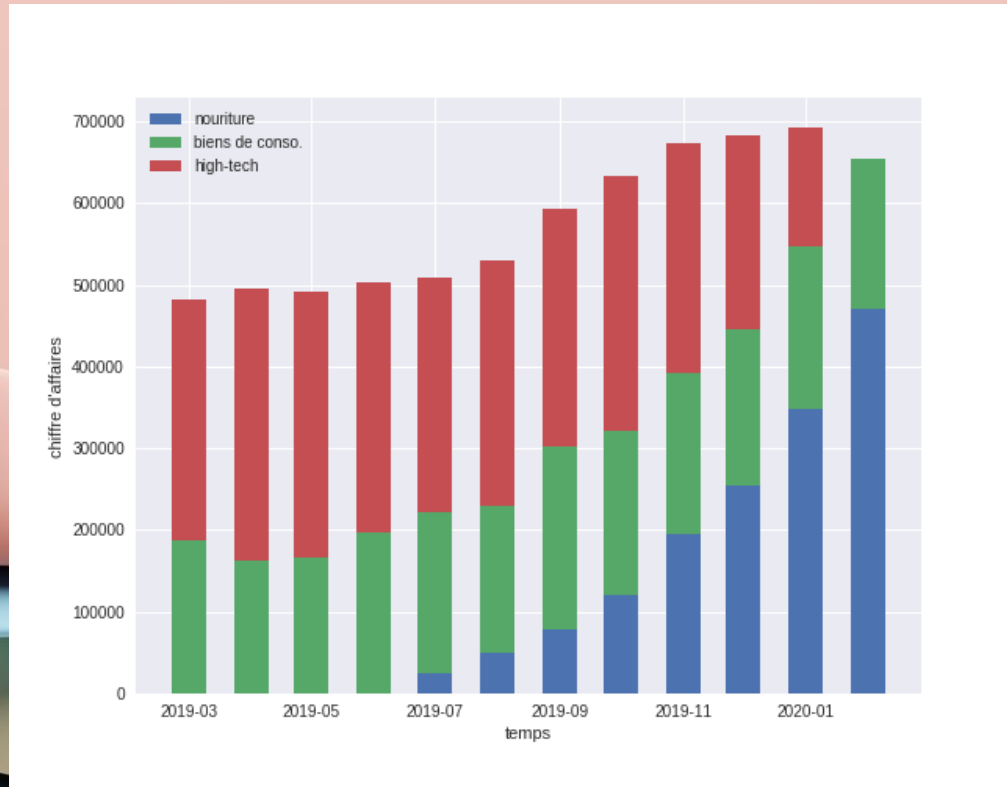


POINT IMPORTANTS :

-EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRE

-PROPORTION DES VENTES PAR
CATÉGORIES DE PRODUITS

Quels quantités de produits vendus?



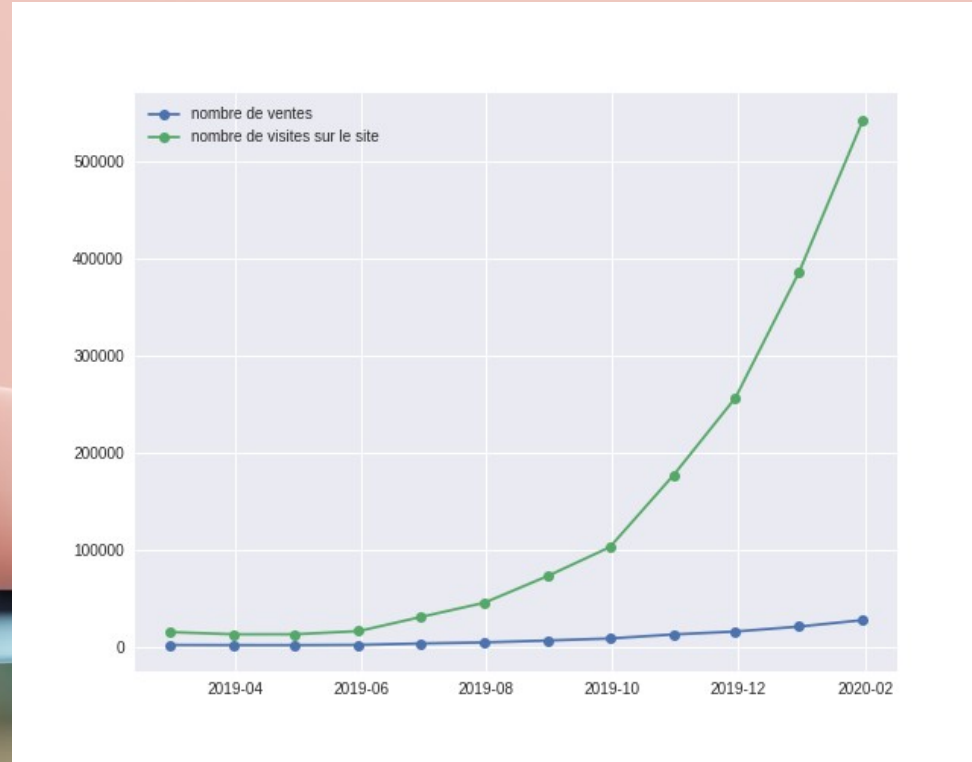
- Juillet 2019 : introduction de la gamme de produit « «nourriture.
- Proportion des ventes par catégorie de produit : évolution exponentielle de la vente de nourriture, diminution progressive de la vente des produits high-tech , pas de réelles évolutions de la vente de bien de consommation.
- Baisse du CA en février 2020 car plus de ventes de high-tech.
- Selon prévisions, le CA croîtra de nouveau le mois prochain.

POINT IMPORTANTS :

-EVOLUTION DU NOMBRE DE VISITEUR SUR LE SITE WEB AU COURS DU TEMPS

- ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ACHATS DES CLIENTS

Evolution du nombre de visite sur le site web au cours du temps



- Augmentation exponentielle du nombre de visites sur le site web depuis l'ajout de la nourriture (de presque personne en juin 2019 à 500000 en février 2020).
- Evolution du nombre d'achat des clients : augmentation (30000 euros au mois de février).
- CA qui baisse alors qu'il y a une augmentation du nombre de ventes ? => les produits high-tech sont vendus plus cher que la nourriture.

Evolution du ratio au cours du temps

POINT IMPORTANTS :

-EVOLUTION DU NOMBRE D'ACHATS DES
CLIENTS PAR RAPPORT AU NOMBRE DE VISITES

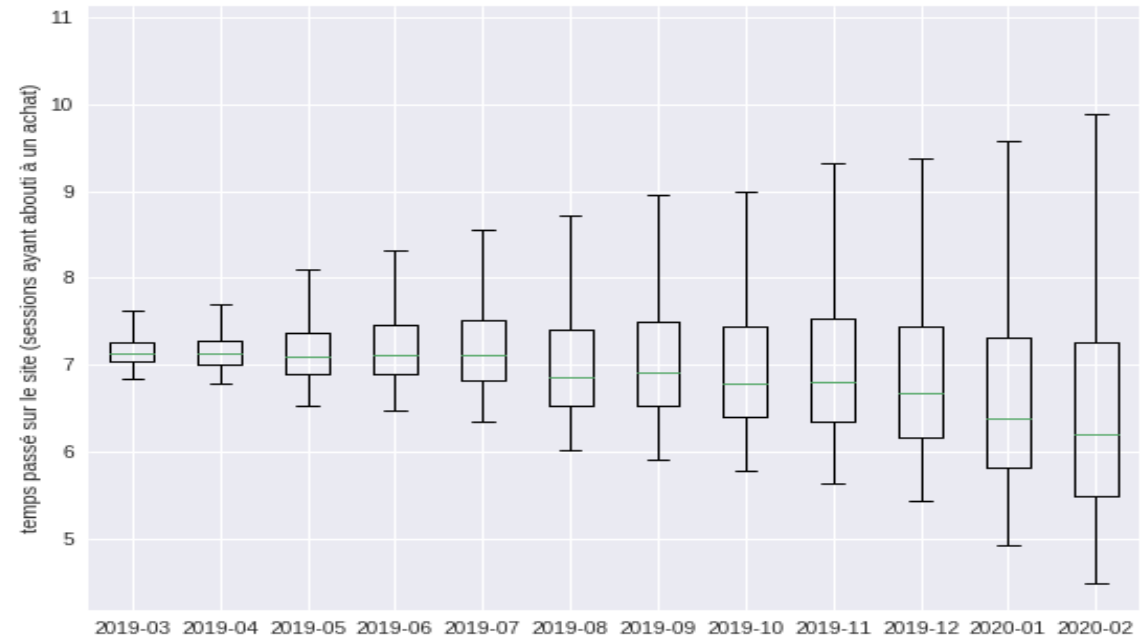


- Augmentation du ratio entre mars et avril 2019
- Diminution constante du ratio jusqu'en février 2020 (de 0,11 à 0,05) : 50 %
- Plus de visites qui ne se terminent pas par un achat en ligne.

POINT IMPORTANTS :

ÉVOLUTION DE LA VARIABILITÉ DU TEMPS PASSÉ
PAR LES VISITEURS SUR LE SITE WEB (POUR LES
SESSIONS AYANT ABOUTI À UN ACHAT)

Evolution du temps passé sur le site pour la réalisation d'un achat

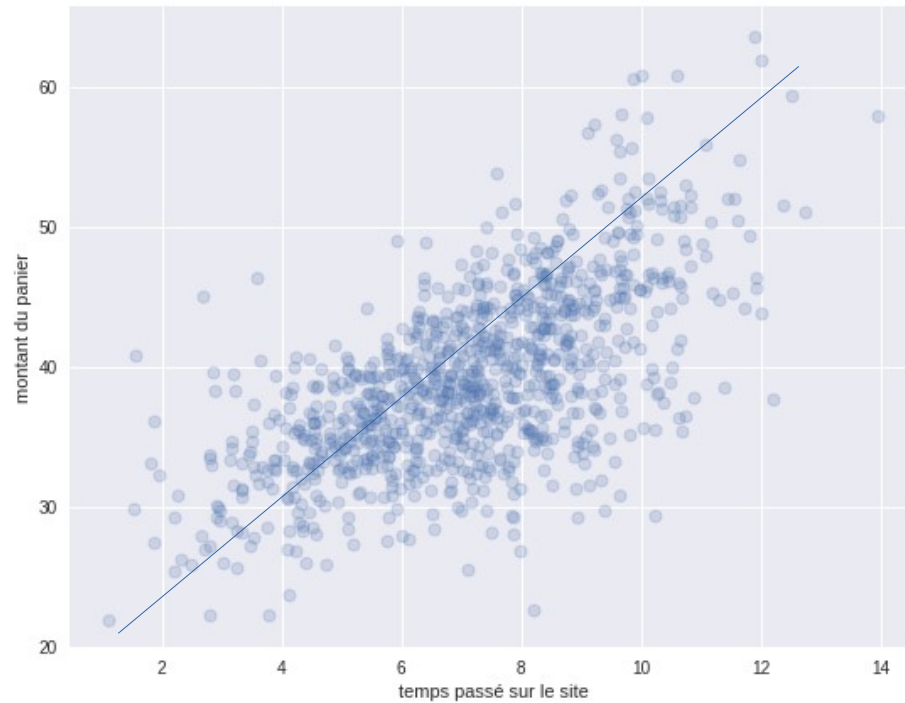


- Depuis l'ajout du site internet, de plus en plus de gammes de temps => Plus de visiteurs, plus de façon différentes de consulter le site internet.
- Baisse de la valeur médiane depuis juillet 2019 (trait vert : de 7 min à 6 min 15 s).
- Hypothèse : depuis l'introduction de la nourriture, dispersion plus importante.

« Combien de temps passé sur le site pour un achat? »

POINT IMPORTANTS :

- MONTANT DES ACHATS DES CLIENTS (MONTANT DU PANIER)
- TEMPS PASSÉ PAR LES VISITEURS SUR LE SITE WEB (POUR LES SESSIONS AYANT ABOUTI À UN ACHAT)



- Le temps passé sur le site (avec achat effectif) est corrélé au montant du panier : plus on passe de temps sur le site, plus la valeur de l'achat est élevé.
- Corrélation assez forte (droite bleue du diagramme)
- La majorité des achats s'effectuent entre 4 et 10 minutes.
- Le montant du panier est majoritairement compris entre 30 et 50 euros