

Analyse des graphes

Graphe2: Évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps ;

Courbe verte: de mars à juin 2019, le nombre de visites sur le site est stable à 10 000.

Cependant, de juin à octobre 2019, le nombre de visites passe de 20 000 à 100 000.

Enfin d'octobre 2019 à février 2020, le nombre de visites se développent exponentiellement en passant de 100 000 à 580 000.

Courbe bleue: de mars à juillet 2019, le nombre de ventes est très faible et fixe à 10 000 ventes.

de juillet 2019 à février 2020, le nombre de ventes est passé de 10 000 à 30 000.

Graphe3: Évolution du ratio (nombre de visites/nombre d'achats des clients) au cours du temps

De mars à avril 2019, le taux de conversion des visites en achat a progressé allant de 0,102 à 0,11.

D'avril à 2019 à février 2020, on note une très grande chute du taux de conversion qui est passée de 0.11 à 0.05.

Graphe12: diagramme en barreaux

De mars à juin 2019, Le CA de l'entreprise est intégralement constitué par les produits high-tech et les biens de consommation.

Le CA tourne autour de 500 000.

De juillet 2019 à janvier 2021, on constate que le CA a connu une très grande croissance en passant de 510 000 à 690 000.

En plus des biens de consommation et des produits high-tech, la nourriture fait aussi partie des CA de l'entreprise durant cette période.

De janvier à février 2020, on note une décroissance du CA qui est passé de 690 000 à 650 000. Le CA du mois de février 2020 provient uniquement des biens de consommation et de ma nourriture.

En résumé, de mars 2019 à février 2020, au fur et à mesure que la part de la nourriture augmente, la part des produits High-tech quant à elle diminue.

La part des biens de consommation est quant à elle relativement stable.

Graphe15: boîtes à moustaches

L'étendue du temps passé sur le site en février 2020 est la plus grande, ce qui veut dire que les valeurs sont les plus dispersées.

La plus grande médiane est de 7,3, elle se situe au mois de juillet 2019.

Les valeurs les moins dispersées par contre sont le mois de mars 2013.

Le plus petit temps passé sur le site ayant abouti à un achat est 4,3

Le plus grand temps passé sur le site ayant conduit à un achat est de 9,9.

De mars à juillet 2019, la médiane est passée de 7.1 à 7.3.

De juillet 2019 à février 2020, la médiane diminue en allant de 7.3 à 6.4.

Graphe5: Nuage de points

On constate Plus les clients passent du temps sur le site plus le montant du panier augmente.
il semble y avoir un lien entre le montant du panier et le temps passé sur le site.