

Graphique 1 - Chiffre d'affaires par catégories de produits

Analyse :

Ce graphique montre la répartition et l'évolution du chiffre d'affaires selon trois catégories :

- La catégorie high-tech représente la majeure partie des revenus tout au long de la période mais disparaît en février 2020.
- La catégorie de la nourriture montre une forte progression vers la fin de la période.
- Les biens de consommation affichent une croissance stable mais modérée.

Interprétation :

- La dominance de la catégorie high-tech reflète un fort intérêt pour ces produits, probablement en raison de leur prix élevé.
- La croissance de la catégorie nourriture indique une nouvelle opportunité de marché.
- Le secteur high-tech disparaît en février 2020
- En mars 2019, on observe une montée de la nourriture estimée qui devrait encore progresser en mars 2020. Ainsi, le chiffre d'affaires augmentera à nouveau. La baisse constatée en février de l'High-Tech est temporaire, et la vente de nourriture permettra de compenser cette baisse, réduisant l'impact négatif sur l'High-Tech.



Graphique 2 – Montant du panier en fonction du temps passé sur site

Analyse :

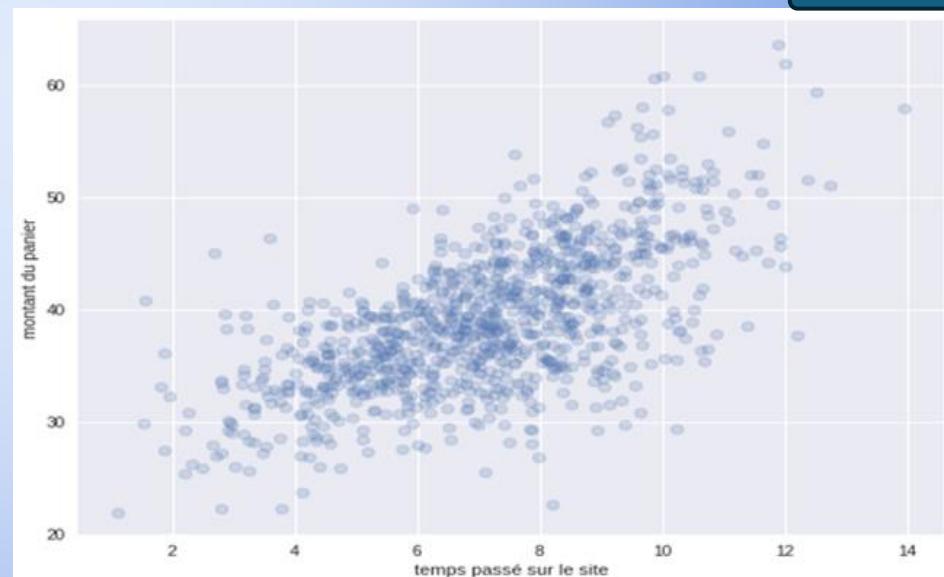
Le graphique montre une relation positive entre le temps passé sur le site et le montant du panier :

- Les utilisateurs (la majorité) qui passent entre 2 et 12 minutes sur le site tendent à avoir des paniers plus élevés.
- Une concentration notable autour de 6 à 8 minutes est observée, avec des paniers allant de 30 à 50 unités monétaires.

Interprétation :

- Les utilisateurs explorant le site plus longtemps semblent être naturellement à effectuer des achats plus importants.
- Cela peut être lié à une meilleure découverte des produits ou à une exploration approfondie avant l'achat.

5.png



Graphique 3 - Nombre d'achats et visites sur le site

Analyse :

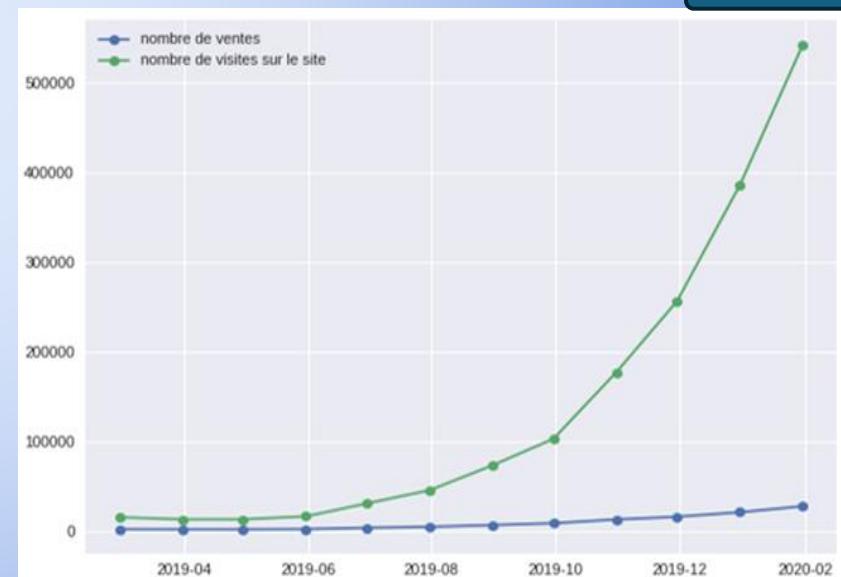
Ce graphique montre deux courbes importantes :

- le nombre d'achats et le nombre de visites sur le Site.
- Le nombre de visites augmente de manière exponentielle à partir de mi-2019.
- Le nombre d'achats, en revanche, progresse lentement et reste bien en dessous du volume de Visites.

2.png

Interprétation :

- Le nombre de visites a commencé à augmenter lorsqu'ils ont commencé à ajouter la vente de nourriture.
- Le faible nombre d'achats comparé aux visites indique un problème potentiel de conversion des visiteurs en acheteurs.



Graphique 4 - Taux de conversion

Analyse :

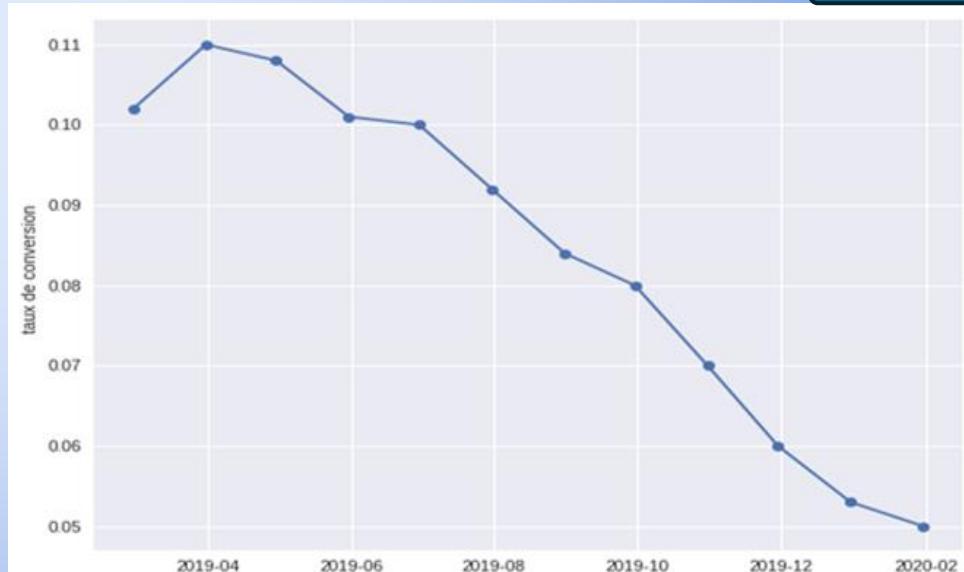
Ce graphique présente une baisse continue du taux de conversion, qui passe de 11 % au début de la période à environ 5 % :

- La diminution est progressive, bien qu'elle coïncide avec l'augmentation exponentielle du trafic.
- Nombre de l'achat (vente) / le nombre de la visite = Taux de conversion

Interprétation :

- La chute du taux de conversion peut indiquer que les campagnes marketing attirent un trafic moins qualifié.
- Le site pourrait ne pas répondre aux attentes des nouveaux visiteurs, entraînant une conversion plus faible.
- Si le nombre de visites augmente significativement mais que le nombre de ventes n'augmente pas de la même manière, le taux de conversion va diminuer.

3.png



Graphique 5 - Variabilité du temps passé sur le site avec achat abouti

Analyse :

Ce graphique présente la distribution du temps passé sur le site par les clients avant d'effectuer un achat :

- Une augmentation notable de la variabilité est observée vers la fin de l'année, avec certains clients passant beaucoup plus de temps.

15.png

Interprétation :

- Cela pourrait indiquer que certains clients explorent minutieusement avant d'acheter, tandis que d'autres prennent des décisions plus rapidement.
- La variabilité croissante pourrait refléter des différences dans Les attentes et les comportements des utilisateurs.
- Plus la taille de la boîte à moustaches est grande, plus la variabilité du temps passé sur le site est élevée.

