

Rapport Marketing Mensuel
Février 2020

Le Grand Marché

PRÉSENTÉ PAR

Dalience AKUE MENDOU
Data Analyst



Que retenir de la période passée ?

D'où vient la baisse du CA en Février 2020 ?



Sommaire

1- Evolution du Chiffre d'affaires Global et par Catégorie. P4

2- Montant du panier en fonction du temps passé sur le site. P5

3- Evolution du temps passé sur le site web. P6

4- Evolution du nombre de visites et des achats de clients. P7

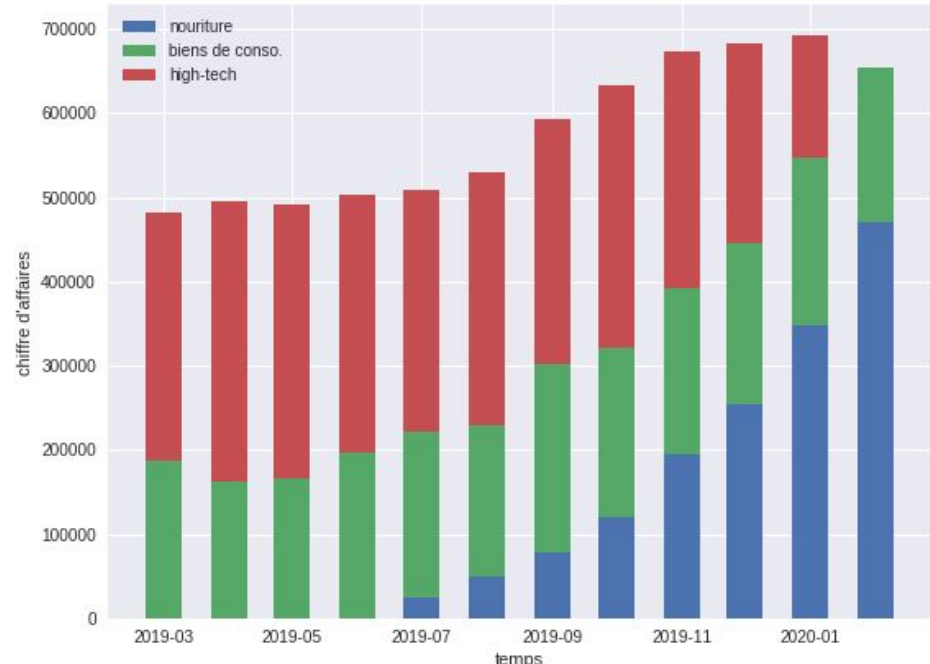
5- Evolution du taux de conversion. P8

Conclusion. P9

Résumé. P10

1- Evolution du Chiffre d'affaires Global et par Catégorie

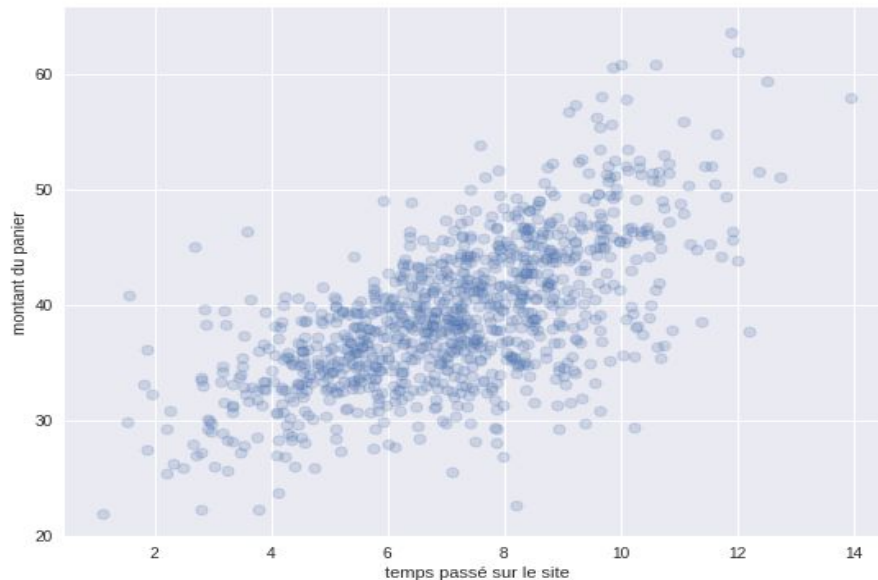
- **Après une période de hausse** du chiffre d'affaires **jusqu'en Janvier 2020**, l'entreprise Le Grand Marché connaît une **baisse d'environ 6%** de son chiffre d'affaires global en **Février 2020**. La **suppression de la catégorie high-tech** justifie probablement **cette baisse**.
- **Le chiffre d'affaires de la catégorie Nourriture est en constante progression** depuis le mois de Juillet 2019, et représente environ **70%** du CA global en **Février 2020**. Tandis que celui des **biens de consommation** est en **stagnation**.



2- Montant du panier en fonction du temps passé sur le site

Le nuage croissant avec une concentration de points entre 7 min et 8 min montre deux choses :

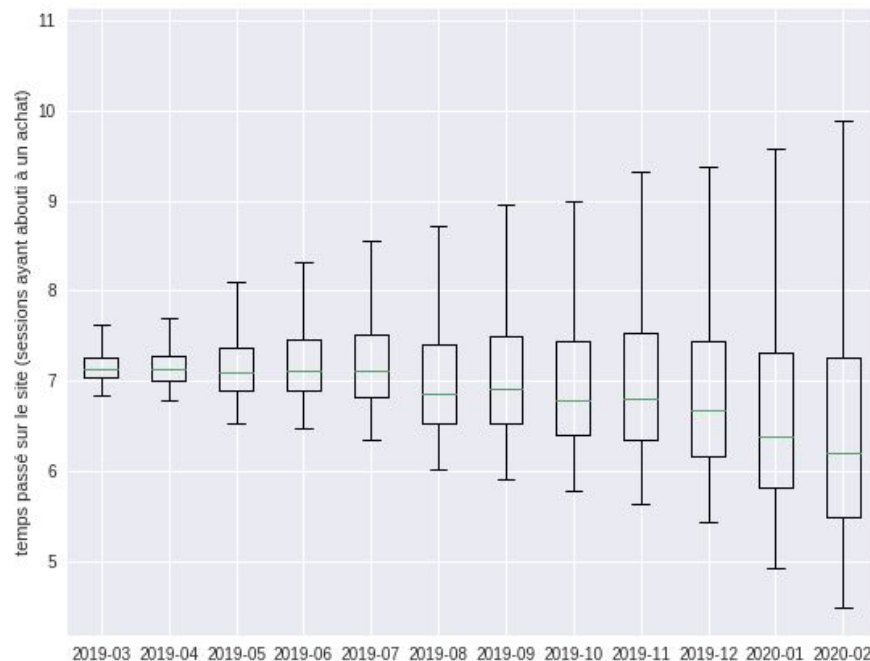
- **Le montant du panier augmente** en fonction de la durée de session.
- **Pour la plupart** des sessions, le montant du **panier varie entre 38€ et 40€**.



3- Evolution de la variabilité temps passé sur le site web

- Depuis Mars 2019, la **variabilité** du temps passé sur le site web **augmente** de plus en plus et le **temps médian** est en **baisse** continue.
- En **Février 2020**, cette **variabilité** évolue sensiblement **entre 4,4 min et 9,9 min**. Pour **50%** des sessions, le temps varie **entre 5,5 min et 7,2 min**.

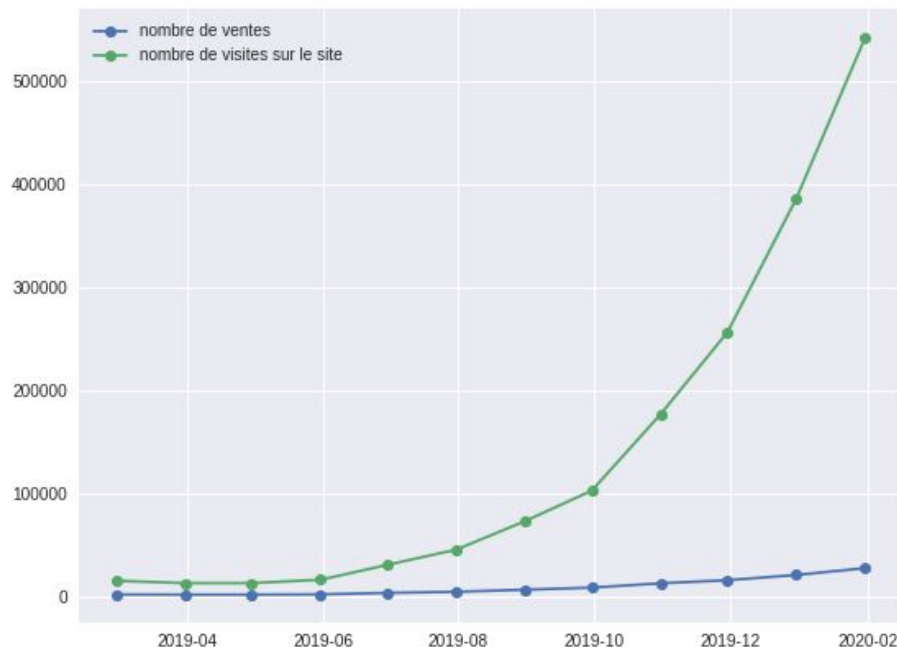
Compte tenu de l'évolution du CA global des mois précédents, **il n'y a pas d'impact négatif lié à la variabilité de la durée des sessions.**



4- Evolution du nombre de visites et des ventes

- Le **nombre de visites** sur le site poursuit sa progression **exponentielle**. En **Février 2020**, le **trafic** du site web est passé au-dessus de **500K** visites.
- Le **nombre de ventes** a **augmenté** d'environ **12,5%** par rapport à Janvier 2020.

Le trafic et le nombre de ventes sont en progression. Donc, **la baisse du CA n'est pas expliquée par les ventes.**



5- Evolution du taux de conversion

- Le **taux de conversion** correspondant au ratio (nombre d'achats des clients)/(nombre de visites) **continue de décroître** au cours du temps. En Février 2020, il est de **5%**.

Cette **chute** est expliquée par l'**augmentation exponentielle** du nombre de **visites**. Tandis que le **nombre d'achats** suit une progression **moins rapide**.



Conclusion

La plupart des facteurs analysés (nombre de ventes, montant de panier, durée de session) n'ont pas d'effet négatif sur le CA global.

La seule explication de la baisse du CA de Février 2020 viendrait de la suppression de la catégorie high tech.

Résumé des Chiffres Clés Généraux

- **En Février 2020**, la suppression de la catégorie high tech a engendré une **baisse de 6%** du CA global par rapport à Janvier. Et **70%** de ce **CA global** a été généré par la **catégorie nourriture**.
- Pour la plupart des sessions, le **montant du panier** varie entre **38€** et **40€** et celui-ci **augmente en fonction du temps** passé sur le site web.
- **La variabilité du temps passé** sur le site **augmente** et **varie** entre **4,4 min** et **9,9 min**. Pour **50%** des sessions, la durée est comprise **entre 5,5 min** et **7,2 min**.
- Le **nombre de visites** est passé au-dessus de **500K** et le **nombre de ventes** a progressé d'environ **12%** par rapport à Janvier 2020.
- Le **taux de conversion** continue de **décroître** au fil des mois, dû à la croissance exponentielle du nombre de visites. **En Février 2020**, il est descendu à **5%**.