



ANALYSE DE CAMPAGNE DE MARKETING WEB

AXEL LOUVEL

OBJECTIF DE L'ANALYSE

Contexte

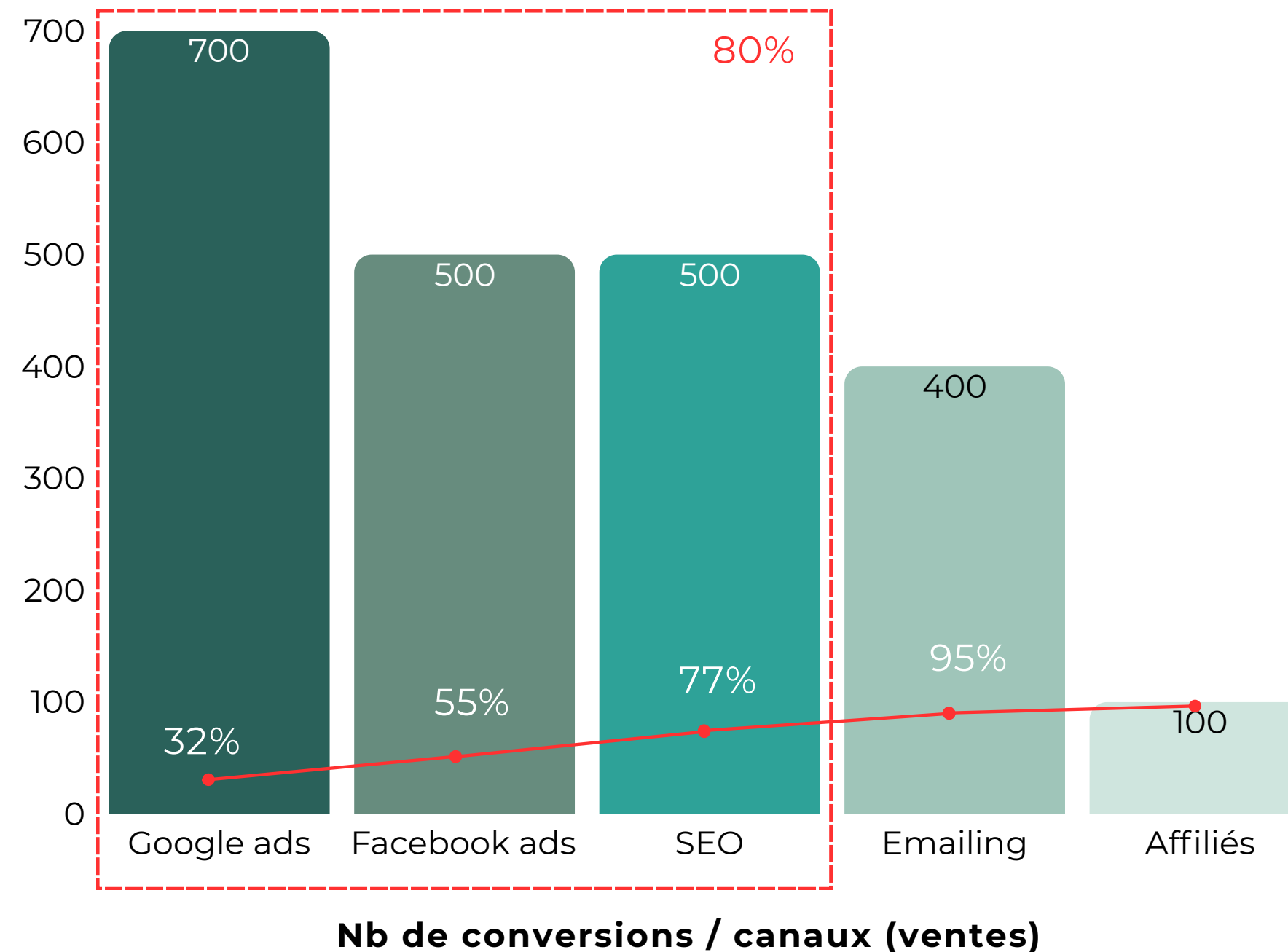
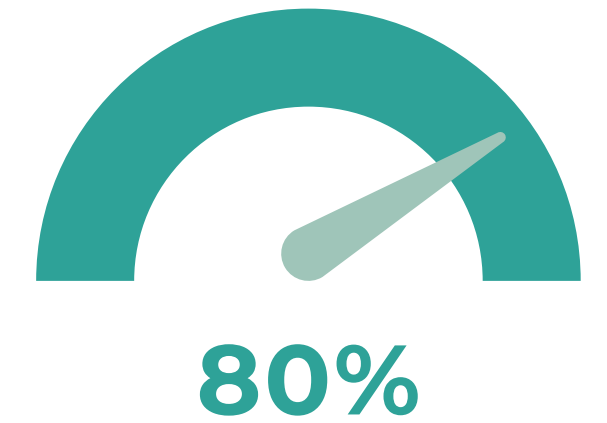
Entreprise de e-commerce analysant la performance de ses campagnes marketing pour une entreprise de commerce en ligne spécialisée dans la vente de vêtements et accessoire

Objectifs

- Identifier les canaux et produits les plus performants
- Utiliser les principes statistiques : Pareto, Paradoxe de Simpson, Loi des Grands Nombres
- Formuler des recommandations stratégiques

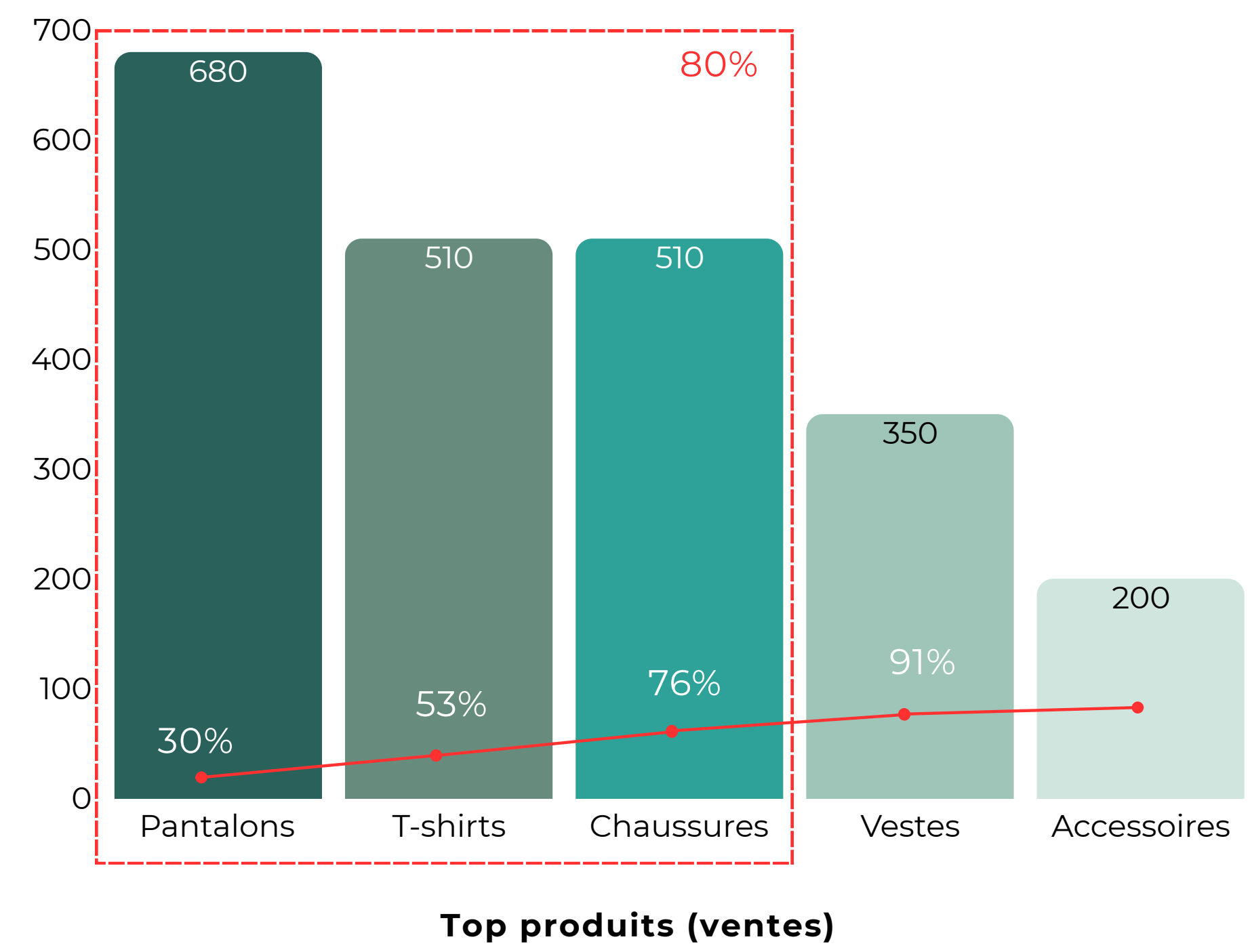
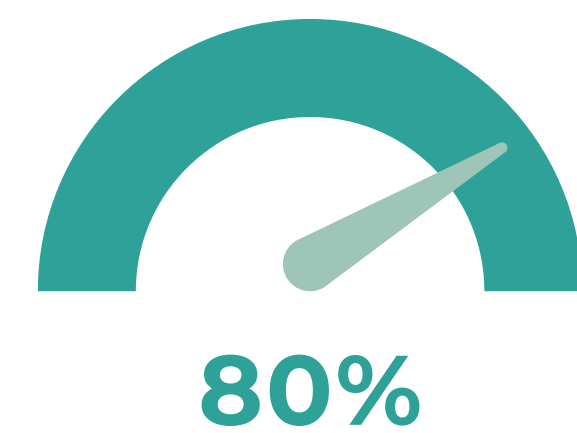


PARETO - CANAUX PRIO.

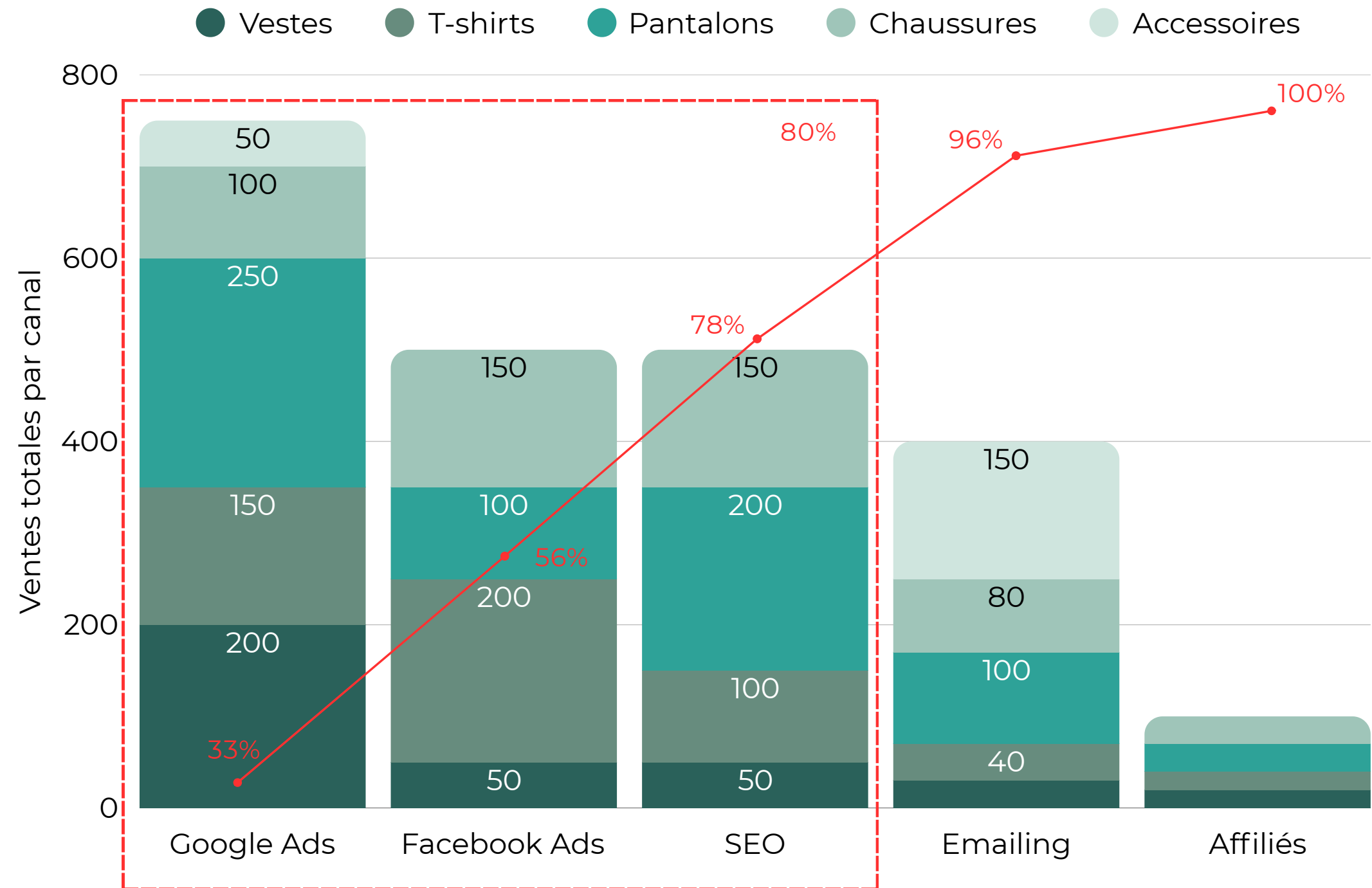




PARETO - PRODUITS CLÉS

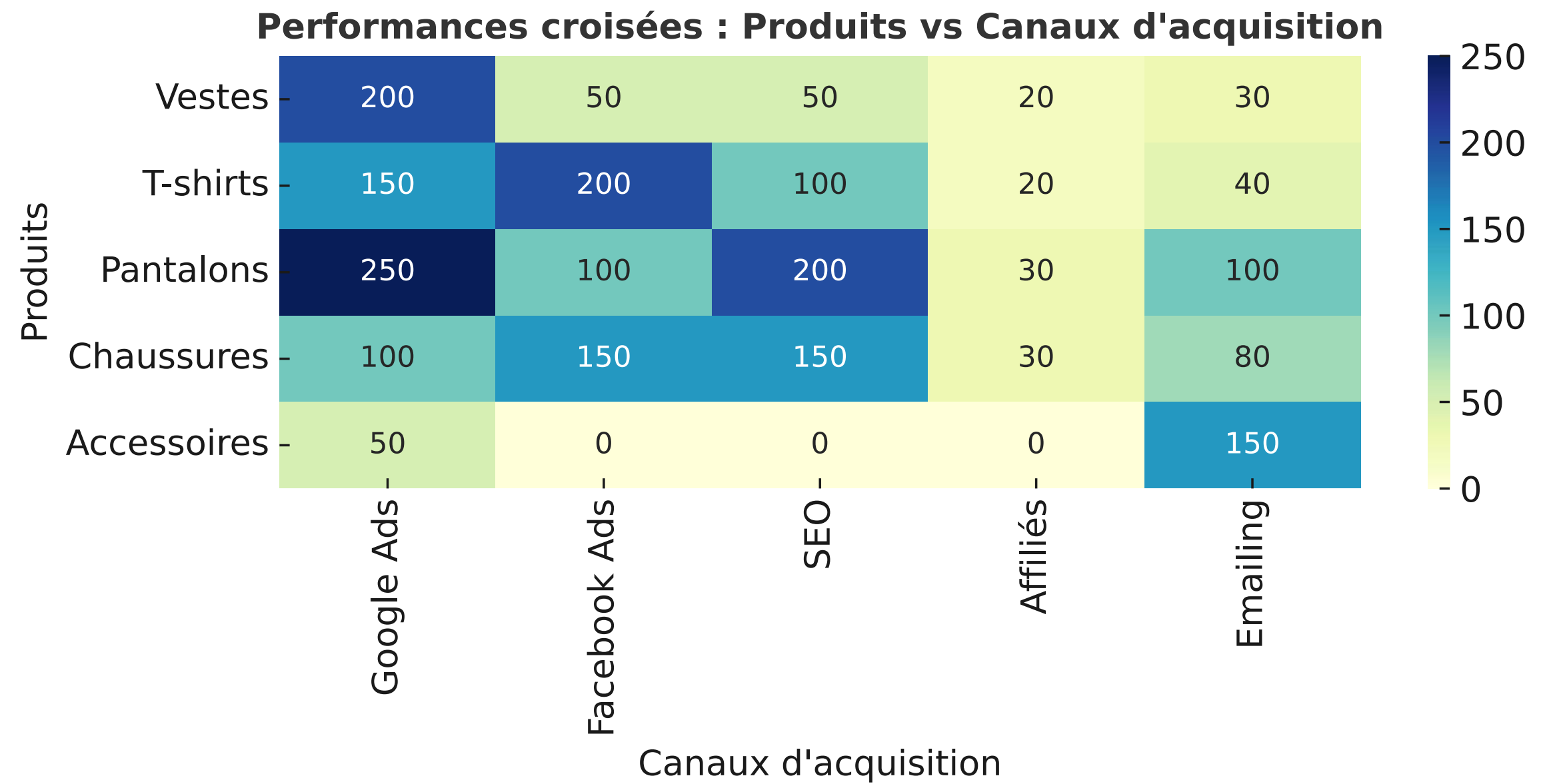


PARETO - CANAUX/PRODUITS

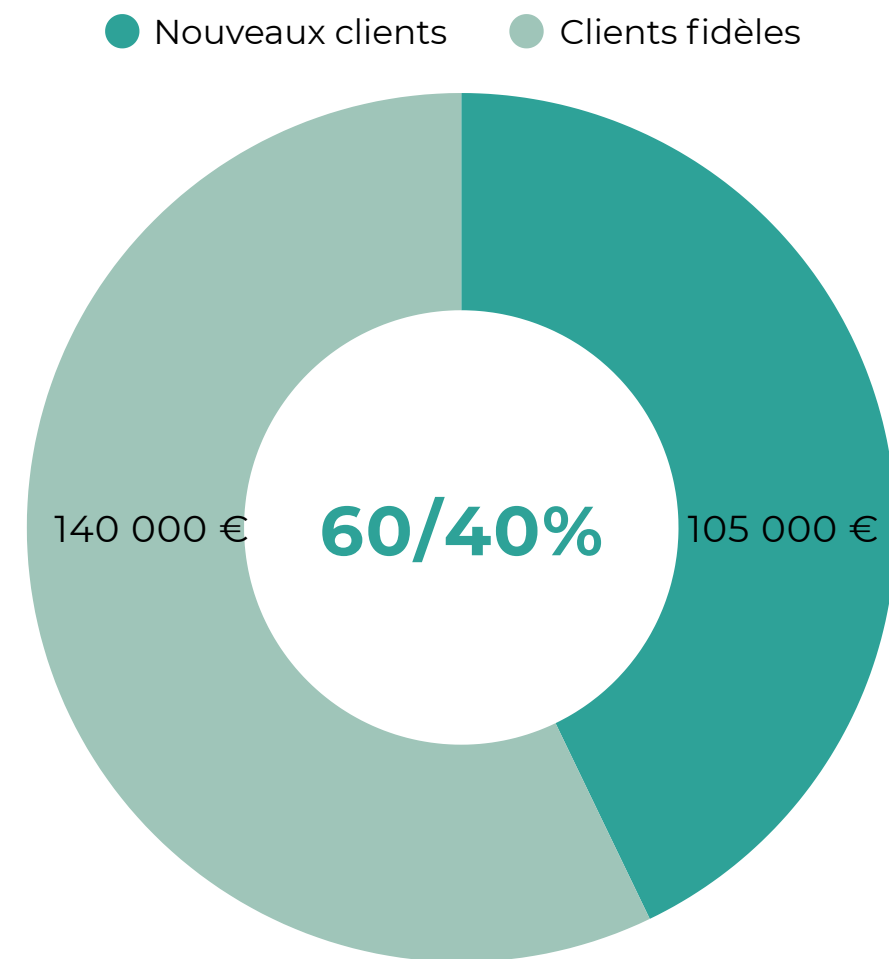


Répartitions des produits par canaux avec principe de Pareto (ventes)

PARETO - CANAUX/PRODUITS



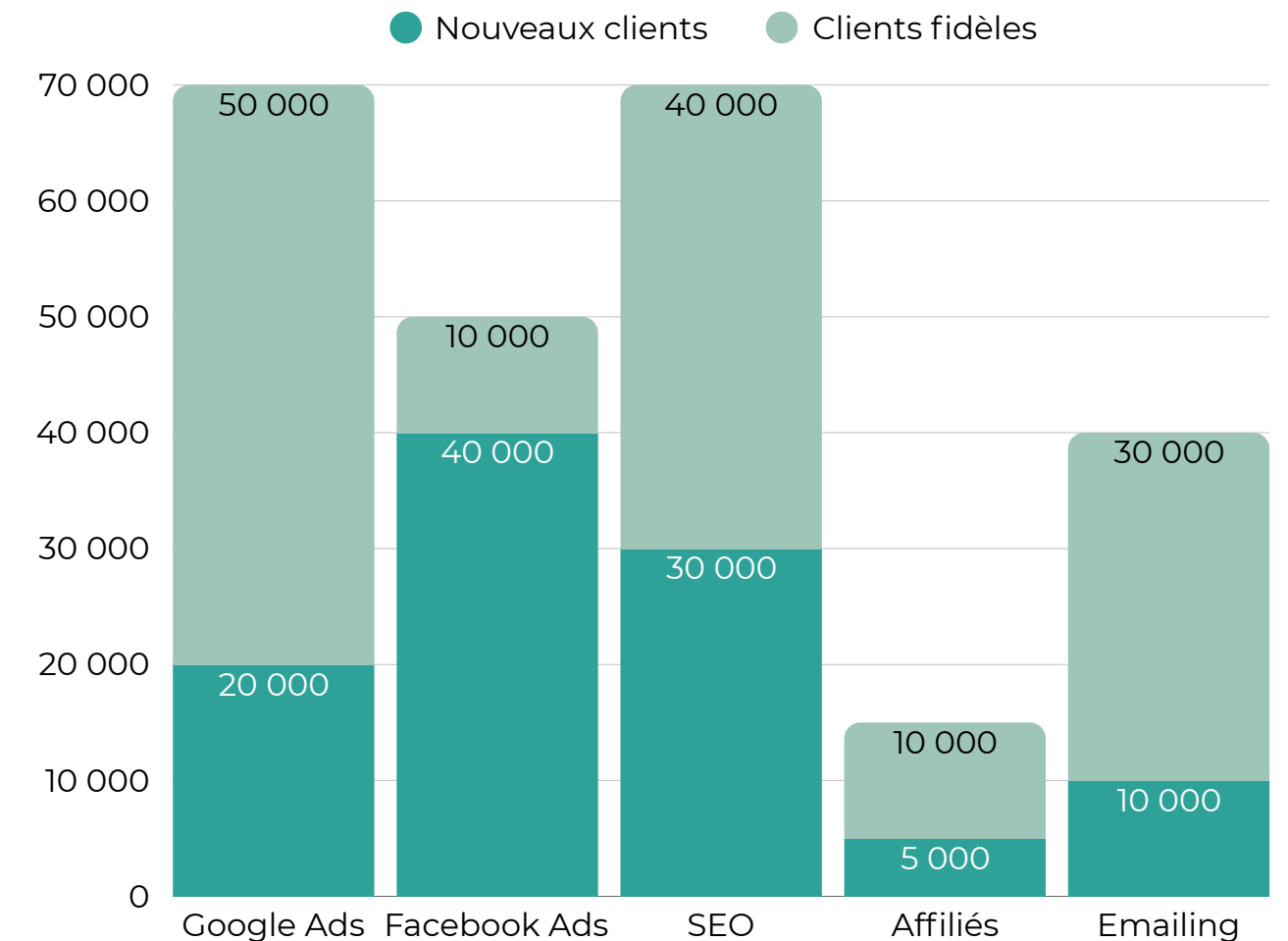
CLIENTS À CIBLER



Revenus totaux (€)



CIBLER LES CLIENTS
FIDÈLES POUR LEUR
RENTABILITÉ



Revenus générés par type de clients et canaux (€)



NE PAS NÉGLIGER
L'ACQUISITION DE
NOUVEAUX CLIENTS

CLIENTS À CIBLER

FIDÈLES GOOGLE ADS

CONVERSIONS: 600 CONVERSIONS

REVENUS: 50 000 €

83 €/CONVERSION



NOUVEAUX GOOGLE ADS

CONVERSIONS: 100

REVENUS: 20 000 €

200 €/CONVERSION



LES NOUVEAUX SONT PLUS CHERS MAIS PLUS RENTABLES À L'UNITÉ !

PARADOXE DE SIMPSON



SEO

INEFFICACE SUR ACCESSOIRES (0 VENTE)

BONNE RÉPARTITION ENTRE NOUVEAUX ET FIDÈLES CLIENTS

300 NOUVEAUX / 200 FIDÈLES

MEILLEUR TAUX GLOBAL (10%)

**SEO
SURESTIMÉ**



GOOGLE ADS

PERFORMANT SUR PANTALONS > 250 VENTES

DOMINANT CHEZ LES CLIENTS FIDÈLES
600 SUR 700 CONVERSIONS = 86%

TAUX GLOBAL PLUS FAIBLE 7%

**GOOGLE ADS
SOUS-ESTIMÉ**

TOUJOURS ANALYSER PAR PRODUIT ET CANAL

LOI DES GRANDS NOMBRES



FIABILITÉ DES DONNÉES

LES DONNÉES DES CANAUX À HAUT TRAFIC (GOOGLE ET FACEBOOK ADS) SONT PLUS ROBUSTES ET STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIVES.



GOOGLE ADS

10 000 VISITES POUR 700 CONVERSIONS
TAUX DE CONVERSION: 7%



AFFILIÉS

LES RÉSULTATS D'AFFILIÉS ONT MOINS DE POIDS STATISTIQUE5 5000 VISITES
POUR SEULEMENT 100 CONVERSIONS
TAUX DE CONVERSION: 2%



SEO & EMAILING

PEU DE TRAFIC MAIS UN TRÈS BON TAUX DE CONVERSION → POTENTIELS
LEVIERS À SCALER.

FAVORISER LES CANAUX À GROS VOLUME POUR DES ANALYSES ROBUSTES

A black and white photograph of a woman with dark hair tied back, wearing a light-colored sweater and jeans, looking at clothes on a rack in a store.

RECOS.

MAXIMISER LES REVENUS EN ALIGNANT LES CANAUX, LES PRODUITS ET LA CIBLE CLIENT AVEC LES PERFORMANCES RÉELLES.

CE QU'IL FAUT GARDER

- CANAUX PRIORITAIRES : GOOGLE ADS, SEO, FACEBOOK ADS
- PRODUITS PERFORMANTS : PANTALONS, T-SHIRTS, CHAUSSURES
- CIBLES STRATÉGIQUES : CLIENTS FIDÈLES = VOLUME + VALEUR LONG TERME, NOUVEAUX CLIENTS = RENTABILITÉ PAR CONVERSION PLUS ÉLEVÉE

CE QU'IL FAUT CHANGER

- AFFILIÉS → PASSAGE À UN MODÈLE À LA PERFORMANCE (CPA)
- SEO SUR ACCESSOIRES → À REPENSER OU EXCLURE DE LA STRATÉGIE

RECOMMANDATIONS

- METTRE EN PLACE UN WORKFLOW AUTOMATISÉ D'EMAILING POUR LES CLIENTS FIDÈLES
- LANCER DES TESTS A/B SUR FACEBOOK ADS CIBLANT DES SEGMENTS PRÉCIS
- CRÉER UN DASHBOARD DYNAMIQUE CROISANT CANAUX / PRODUITS / SEGMENTS



RECOS.

EMAILING AUTOMATISÉ (CLIENTS FIDÈLES)

- BASE DE 1 250 CLIENTS FIDÈLES
- TAUX DE CONVERSION MOYEN PAR EMAILING : 8%
- OBJECTIF : 3 CAMPAGNES / MOIS → 30 CONVERSIONS PAR CAMPAGNE → +90 VENTES/MOIS
- GAIN ESTIMÉ : ~10 000 €/MOIS (À 112 €/CONVERSION)

TEST A/B FACEBOOK ADS (NOUVEAUX CLIENTS)

- OBJECTIF : AMÉLIORER TAUX DE CONVERSION DE 5% → 7%
- MÉTHODE : SEGMENTATION PAR INTÉRÊT + VISUELS OPTIMISÉS
- BUDGET TEST : 2 X 500 € → ROI ATTENDU > 100 CONVERSIONS
- GAIN ESTIMÉ : +10 000 € SI TEST CONCLUANT

DASHBOARD MARKETING (SUIVI PERFORMANCE)

- OBJECTIF : CROISER PRODUIT X CANAL X SEGMENT
- TEMPS DE MISE EN PLACE : 2 JOURS AVEC GOOGLE DATA STUDIO OU POWER BI
- UTILITÉ : PERMETTRE DES DÉCISIONS HEBDOMADAIRES BASÉES SUR LA DATA
- COÛT : NUL SI OUTILS GRATUITS → FORT LEVIER STRATÉGIQUE