

Annexe 01 :

Mois	Visiteurs	Leads	Clients signés	CA €	Dépenses marketing	Clients récurrents	Clients perdus	Clients réactivés	Commandes
Janvier	3000	210	35	40000	10000	20	4	2	40
Février	3200	250	40	44000	11000	22	5	1	45
Mars	3600	280	45	47000	12000	23	6	2	50
Avril	3400	260	43	46000	13000	24	5	3	47
Mai	3800	300	50	50000	14000	26	7	1	52
Juin	4000	320	48	49000	15000	27	9	2	50

KPI :

Mois	Taux de conversion	ROI	Panier moyen	NPS	CSAT
Janvier	7,0%	300%	1000	48	80
Février	7,8%	300%	978	42	78
Mars	7,8%	292%	940	46	76
Avril	7,6%	254%	979	40	75
Mai	7,9%	257%	962	38	73
Juin	8,0%	227%	980	36	70

Analyse des résultats

Le taux de conversion est bon car il dépasse les 5 % sur tous les canaux, et il continue d’augmenter chaque mois. Cela montre que la prospection fonctionne bien. Cependant, le ROI baisse légèrement, ce qui signifie que certaines actions deviennent moins rentables. Le panier moyen diminue aussi un peu, ce qui n’est pas idéal pour les performances globales alors qu'on investie dans le marketing. Le NPS (Net Promoter Score) reste assez faible, ce qui indique que les clients recommandent peu les produits. Enfin, la satisfaction client est en dessous de 80 % et baisse avec le temps, ce qui montre une diminution de la satisfaction générale.

Proposition d'actions commercial

La solution serait de mieux répartir les investissements : réduire un peu les dépenses en prospection et en communication pour éviter de perdre en rentabilité, et investir davantage dans la . En améliorant ces aspects, on pourrait augmenter la satisfaction des clients, encourager la recommandation et renforcer la fidélisation. À long terme, cela permettrait d’améliorer naturellement . Il serait aussi intéressant de mettre en place des actions de fidélisation ou des programmes offrant plus de valeur pour encourager les clients satisfaits à rester et à recommander les produits.

Panier moyen €	NPS	CSAT
1000	48	80
978	42	78
940	46	76
979	40	75
962	38	73
980	36	70

qualité des produits, le service client et l’expérience utilisateur.
ment le ROI et les performances globales.
s autour d’eux.