

# Rapport marketing mensuel

Février 2020



Le Grand Marché

D'où vient la baisse du chiffre d'affaires et comment la situation va évoluer dans les prochains mois ?

# Miser sur le segment nourriture pour relever le CA



Contexte : Suppression du segment high tech

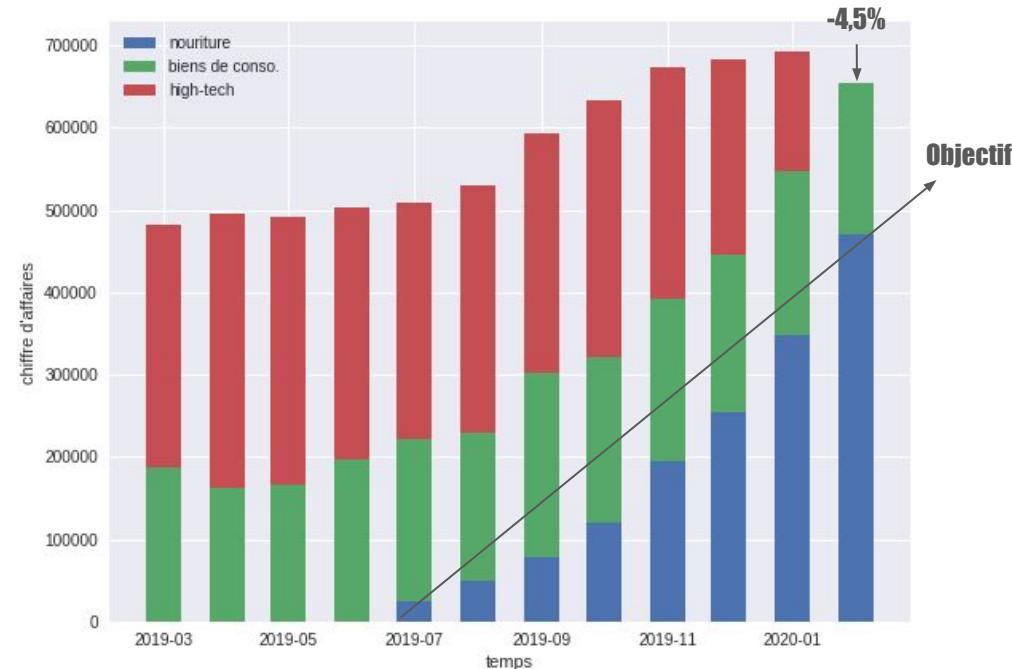
Mais le segment nourriture augmente très rapidement



Le CA devrait donc être de nouveau en hausse dans les prochains mois



Quelles actions mener pour assurer la croissance ?



# Une évolution du volume d'achats trop timide



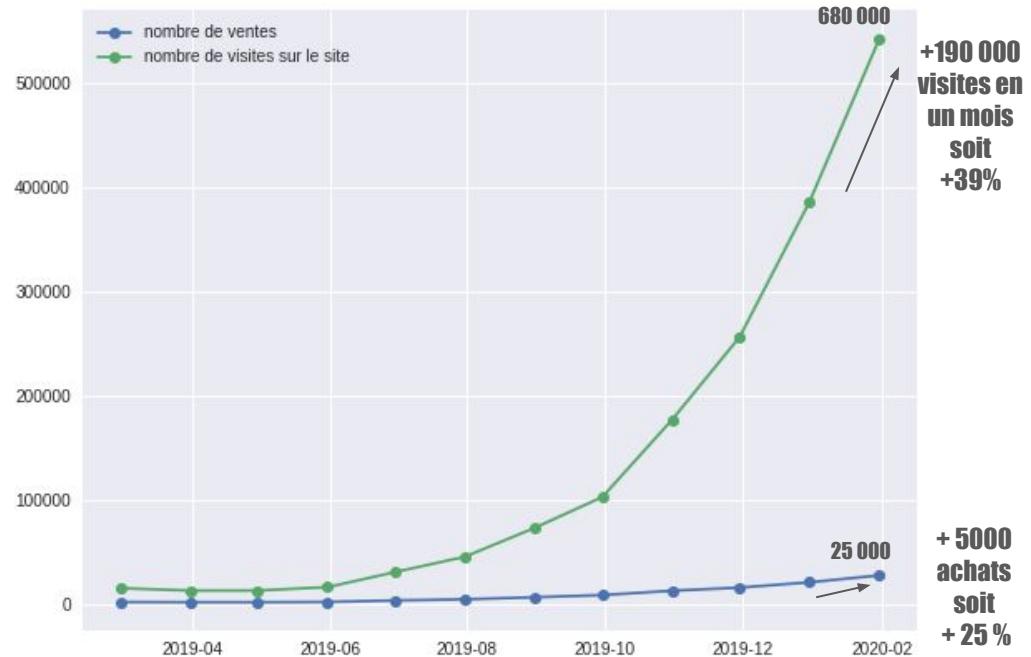
Augmentation des visites et du volume d'achats depuis l'ouverture du segment nourriture



Alors... tout va bien ?



Augmentation du volume d'achats insuffisante à cause de la répartition des prix du segment nourriture



# Il faut contrer la baisse du ratio achats/visites



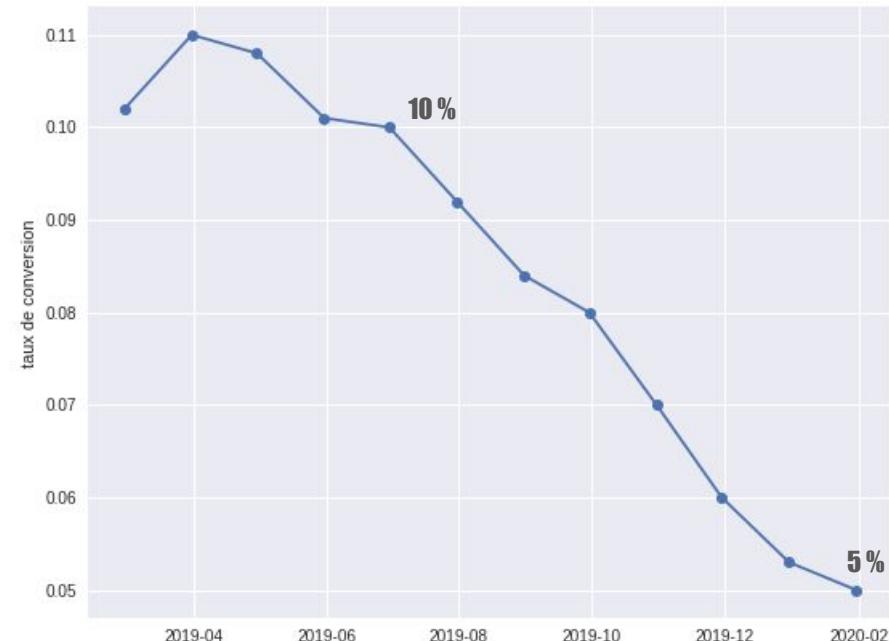
Depuis l'ouverture du segment nourriture, il y a plus de visiteurs, mais il y a moins d'achats par visiteur



Baisse d'engagement



Problèmes site web ?  
Rapport qualité/prix ?  
Comportements différents ?



# Une corrélation entre le panier et le temps passé



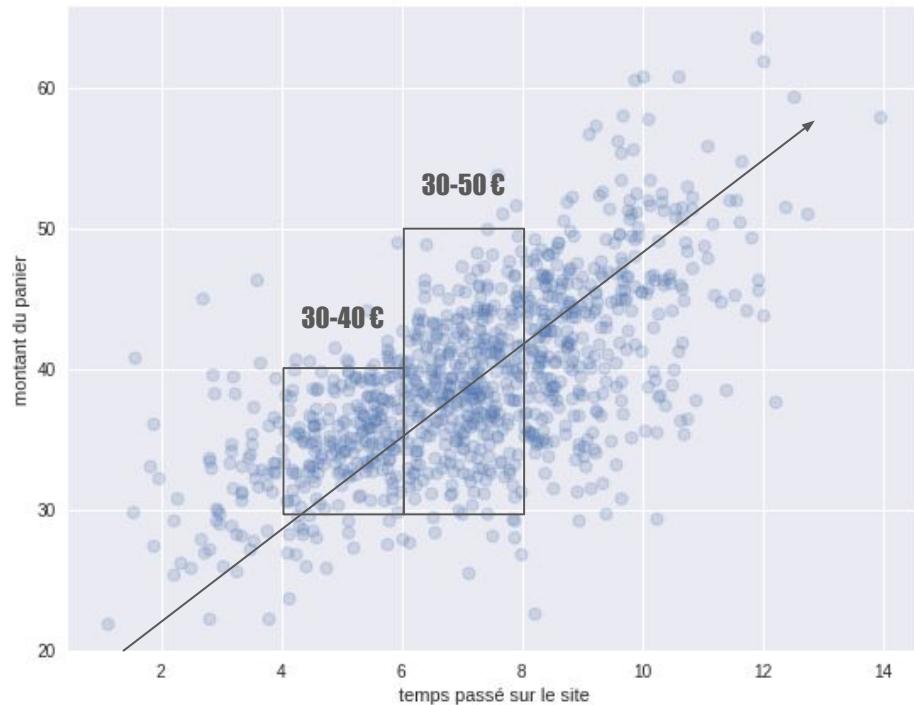
On voit une corrélation entre le montant du panier du client et le temps passé sur le site



Il y a des raisons de penser que la durée des visites soit profitable au chiffre d'affaires



Allons donc voir l'évolution du temps passé sur le site !



# Il faut contrer la baisse du temps passé sur le site



Augmentation de la variance du temps passé sur le site

... Et baisse de ce temps



Profils clients différents ?

Et/ou site qui n'est plus adapté ?



Analyser par segment  
Audit ergonomique  
Enquête de satisfaction

