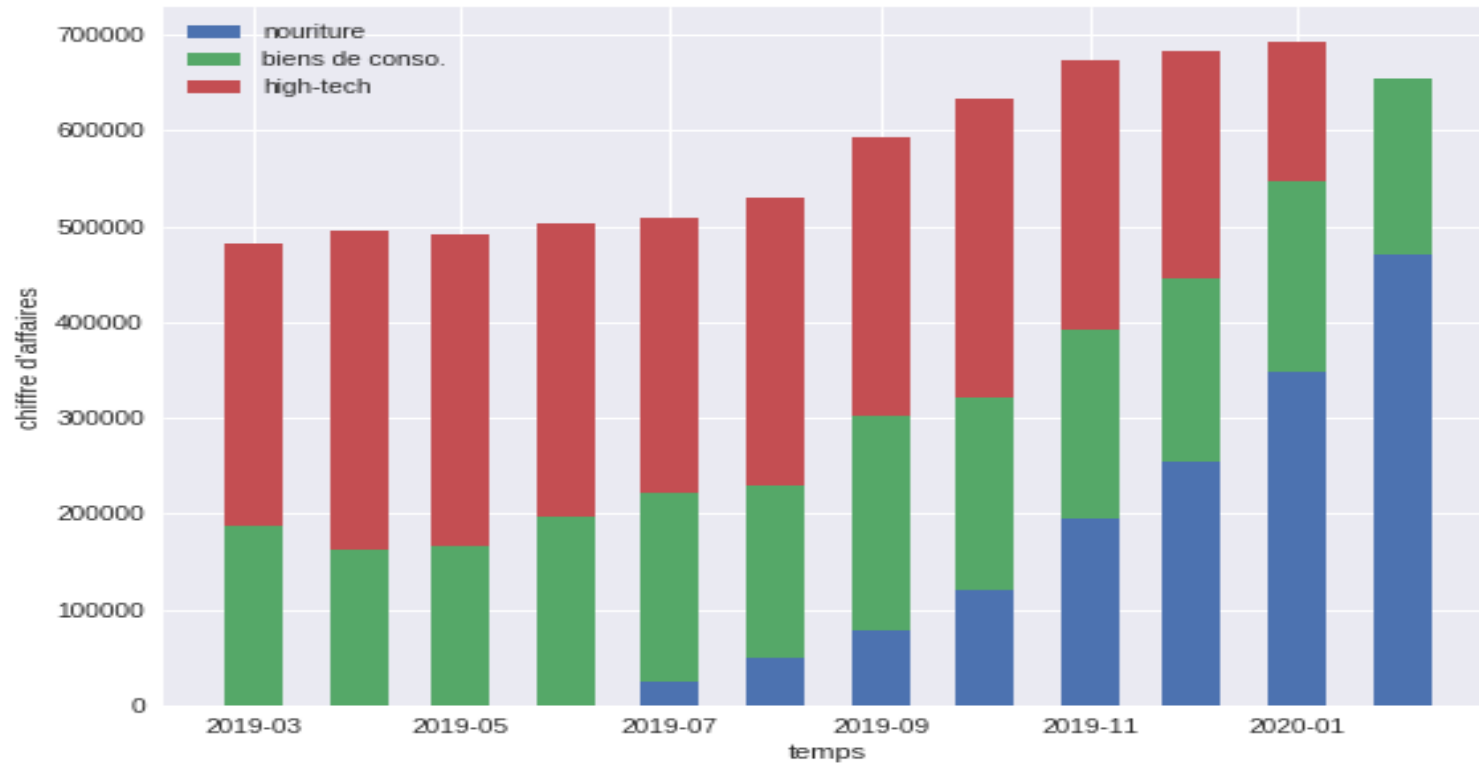
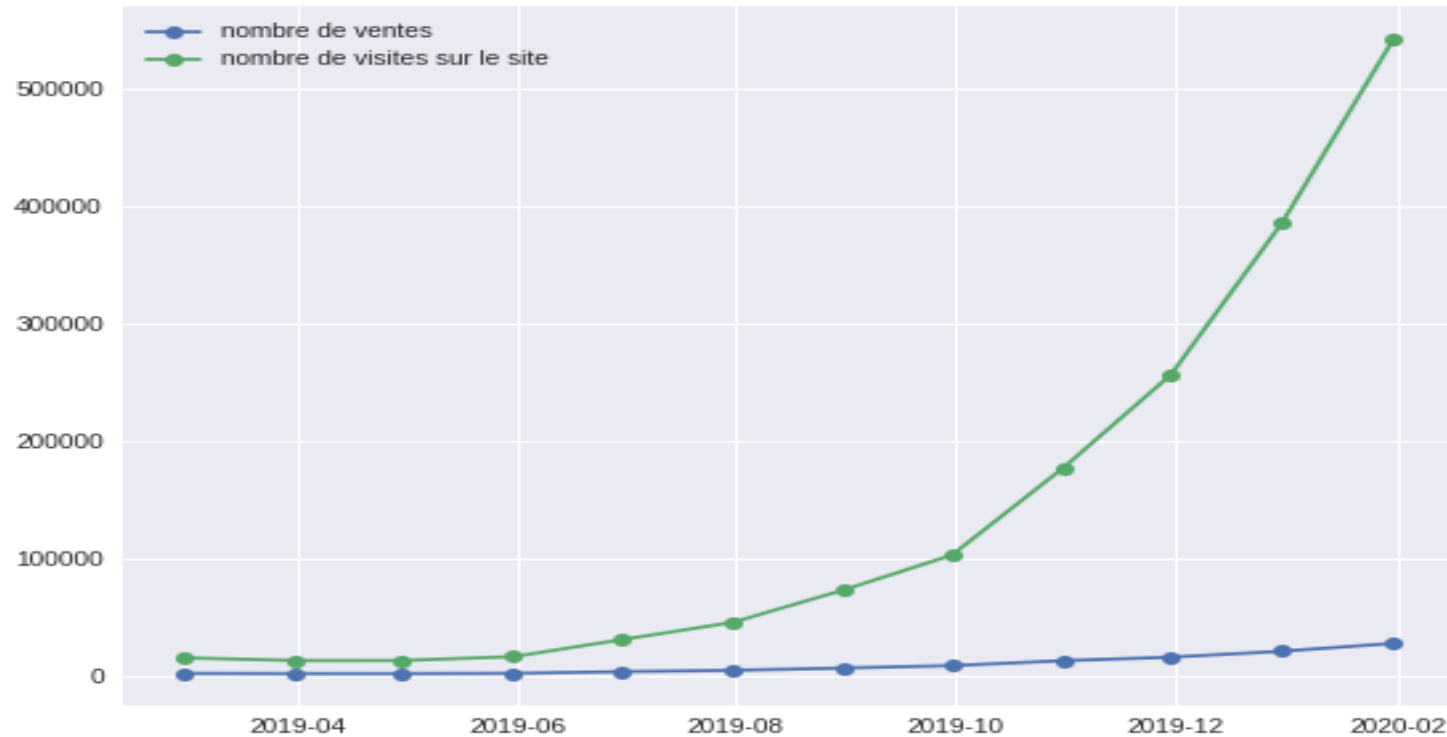


## Evolution du chiffre d'affaires



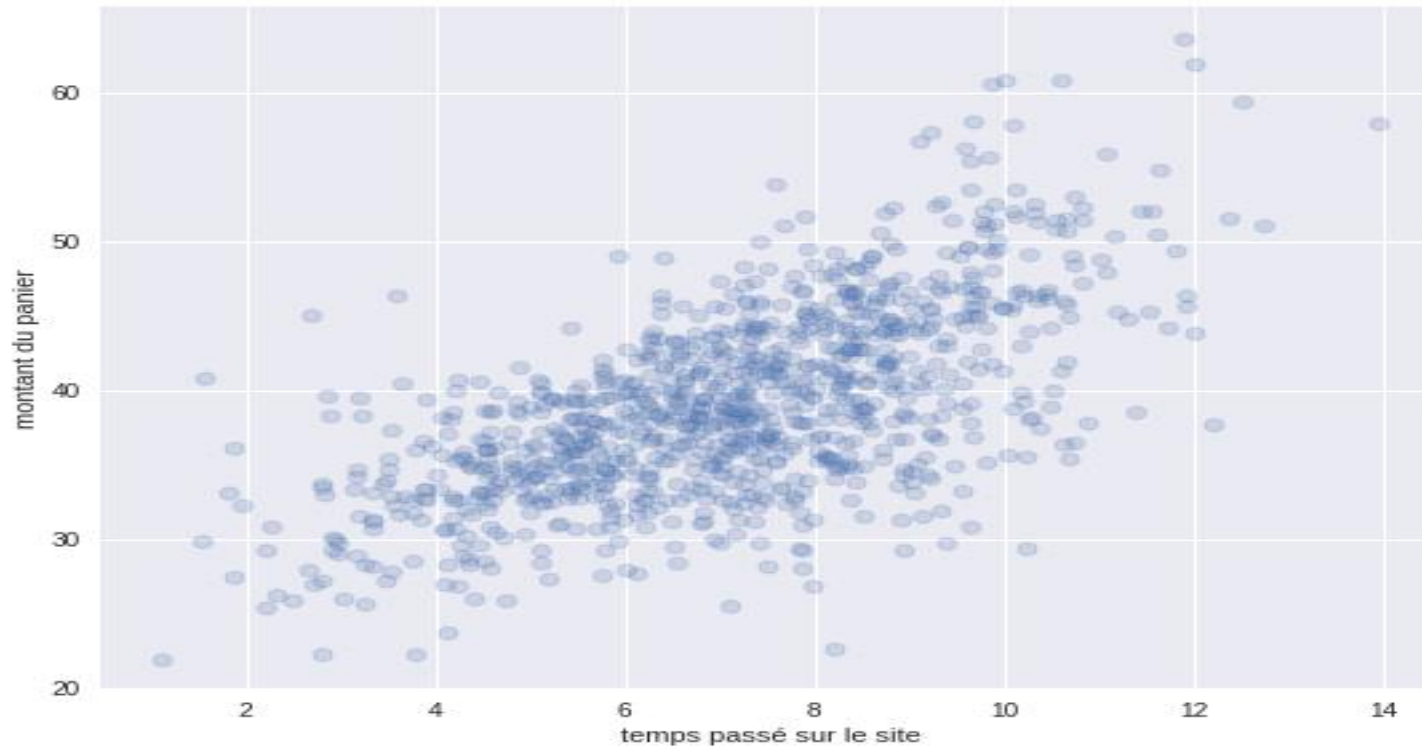
La baisse du chiffre d'affaires s'explique par l'abandon du segment high tech en fin d'année 2019 et ce malgré l'apparition du segment nourriture en milieu de la même année et son évolution très positive au cours des derniers mois. On note cependant une stagnation du segment biens de conso avec 200000€ soit bien en dessous de l'high tech qui avoisinait les 300000€ avant son abandon et le segment nourriture avec près de 500000€ en début d'année 2020.

## Taux de conversion et nombre de visites



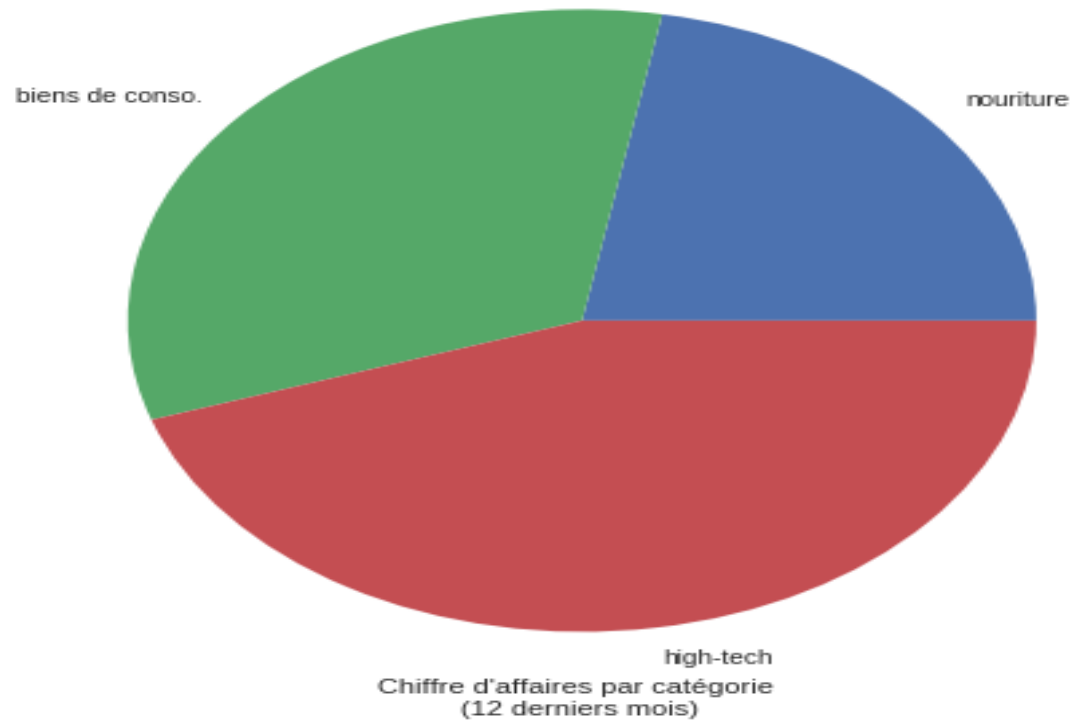
Ce graphique montre une progression importante des visites sur le site sans pour autant que les ventes suivent cette même dynamique. Cela se traduit par une diminution significative du taux de conversion dans la seconde moitié de l'année 2019 et met en évidence un manque d'attractivité du site marchand.

## Montant du panier et temps passé sur le site



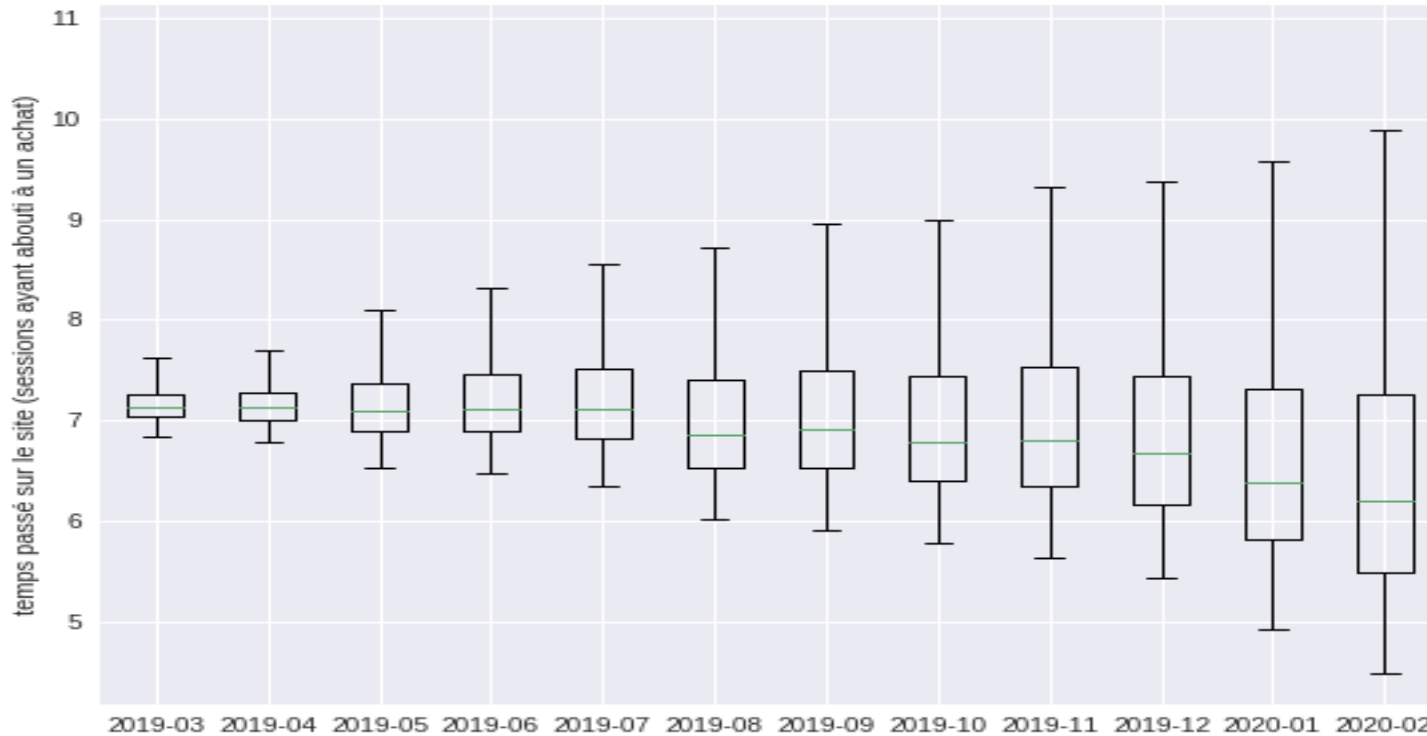
Le montant du panier se situe globalement entre 30 et 50€, ce qui correspond à une moyenne entre les prix nourriture et bien de conso mais reste très inférieure à la catégorie high tech dont les premiers prix varient entre 2000 et 3000€. Pour garantir un chiffre d'affaires élevé, il faut vendre plus lorsque le prix des produits est bas.

## Proportion du chiffre d'affaires par catégorie



Le segment high-tech constitue la plus grande partie du chiffre d'affaires des 12 derniers mois. Des séquences d'A/B testing peuvent être mises en place afin de mettre à l'épreuve l'efficacité du site Web. Dans cette configuration, l'évolution du chiffre d'affaires devrait rester stable aux alentours de 700000€ voir progresser sensiblement dans les mois à venir compte tenu de l'excellente dynamique du segment nourriture avec une hausse de 40% par mois.

## Variabilité du temps passé sur le site



L'évolution du temps passé sur le site par les consommateurs est de plus en plus instable avec des variations importantes dans la seconde moitié de l'année 2019. Il peut s'agir d'une nouvelle offre marketing inadaptée ou d'un sous dimensionnement de l'architecture Web du à la hausse du nombre d'utilisateurs. Dans ce cas de figure un audit pourrait être utile et recommandé.