



Le Grand Marché









SERVICE MARKETING

RAPPORT MENSUEL-FEVRIER 2020

NGUYEN Huynh Thanh Qui

Points clés de Février 2020

Analyse de chiffre d'affaires (CA) et le nombre de ventes sur une période de 12 mois (03/2019 – 02/2020) :

	03/2019 - 07/2019	07/2019 - 01/2020	02/2020
CA	 ~ 480k€ - 510k€	 ~ 510k€ - 690k€	 ~ 650k€
Nombre de ventes	 ~ 2,5k - 4,75k	 ~ 4,75k - 27,5k	
 Augmentation exponentielle  Augmentation  Diminution			

Conclusion:

Baisse de CA en 02/2020 malgré une augmentation exponentielle de nombre de ventes à cause du changement de stratégie de l'entreprise depuis 07/2019.




Graphique A : Evolution du CA (euros) et du nombre de ventes des 12 derniers mois (03/2019-02/2020)


Répartition des ventes par catégorie de produits et son CA (euros) de 03/2019 à 02/2020

LE GRAND MARCHE - Service Marketing

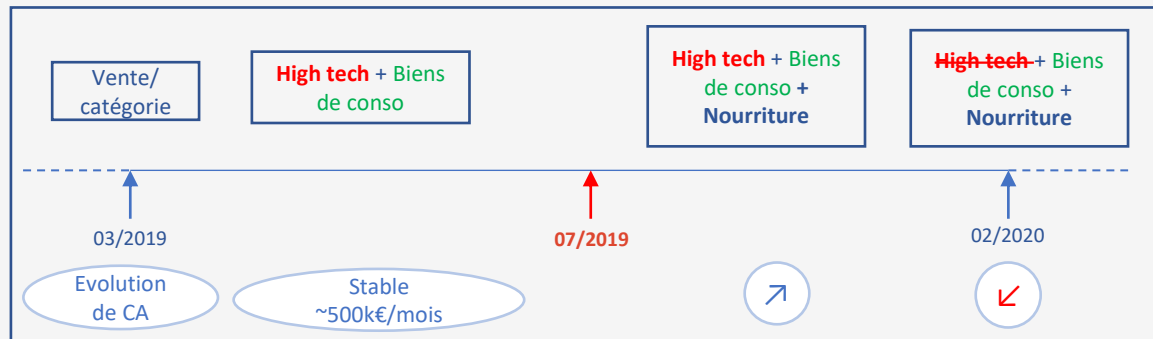
Rapport mensuelle – Février 2020

- ❖ En générale, le *chiffre d'affaire total* augmente au cours des 12 derniers mois avec un *pic* de **690k euros** en **01/2020** :

✓ 03/2019 à 01/2020 :  CA (stable)

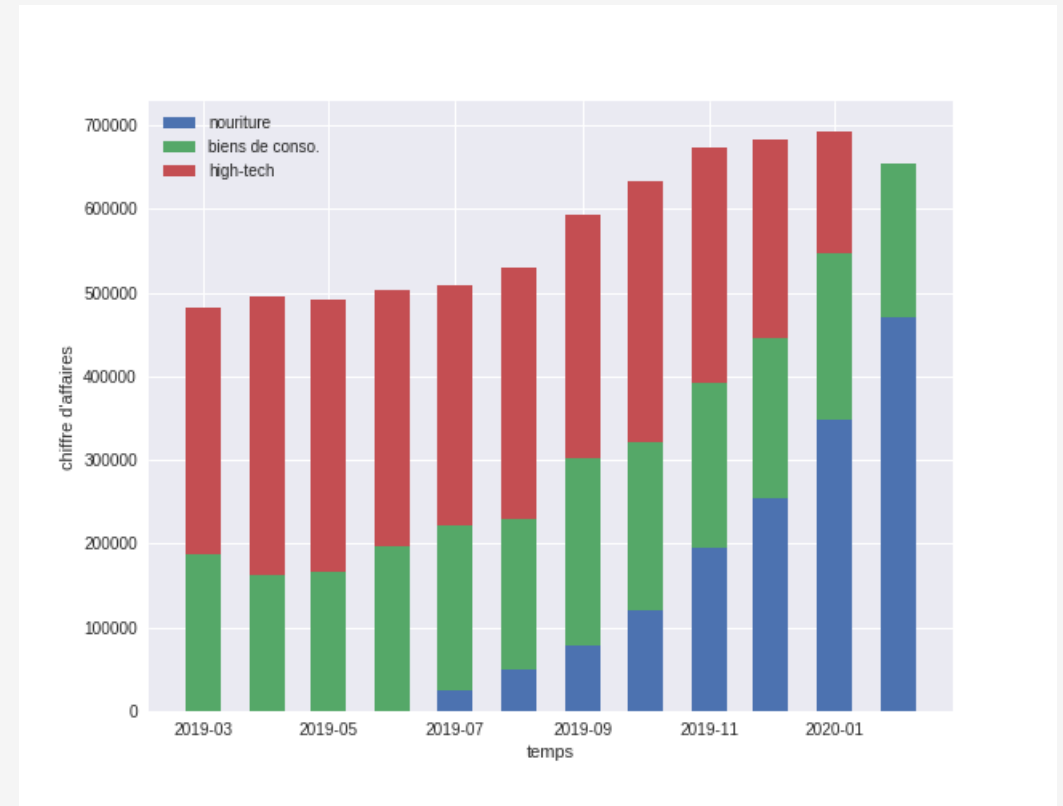
✓ 02/2020 :  CA

- ❖ Observation du changement de CA total : 2 périodes (avant et après 07/2019) et 02/2020



Conclusion : baisse de CA total en 02/2020 dû au fait que l'entreprise n'inclut pas les produits high-tech dans ses ventes malgré une augmentation de nombre d'achats.

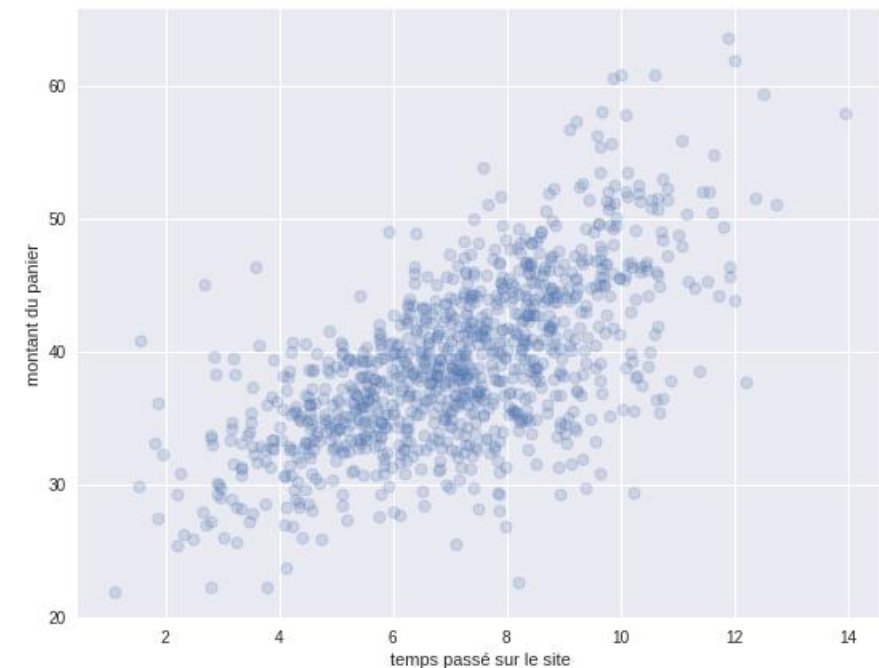
(conclusion basée sur l'analyse de graphique B et d'histogramme empilé 100% de CA en fonction du temps (12 derniers mois))



Graphique B : Répartition des ventes par catégorie de produits et son CA (euros) chaque mois, de 03/2019 à 02/2020

Evolution du montant du panier au cours du temps

- ❖ Corrélation positive entre les 2 axes
- ❖ **PLUS** le temps passé sur le site augmente, **PLUS** le montant du panier est important
- ❖ Montant du panier se répartie généralement autour de 30 à 50 euros qui correspond respectivement à des sessions de 4min à 9min30s
- ❖ Valeurs extrêmes des paniers : 20-60 euros
- ❖ Temps des sessions : 1-14 minutes



Graphique C : Evolution du montant d'achats des clients (euros) en fonction de temps passé par les visiteurs sur le site web (minutes) pour toutes les sessions

Ratio (nombre de visites)/(nombre d'achats des clients) 12 dernier mois (03/2019-02/2020)

LE GRAND MARCHE - Service Marketing

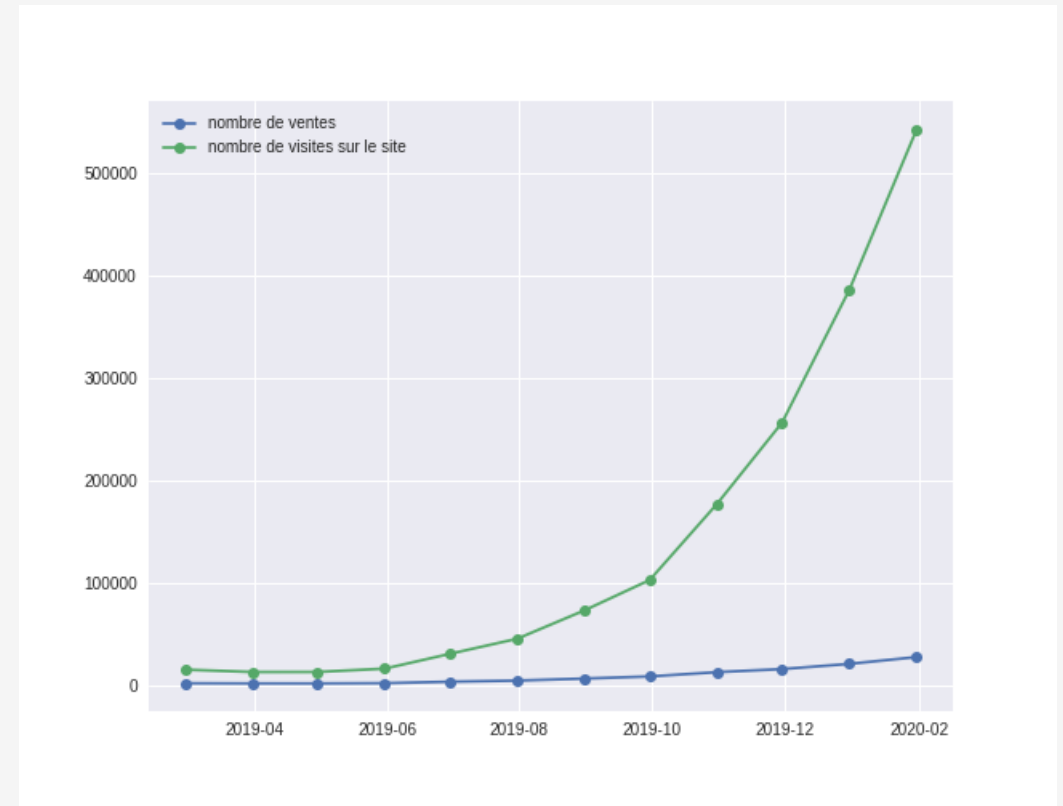
Rapport mensuelle – Février 2020

Evolution des nombres de ventes et de visites sur le site

- ❖ Nombres de visites et de vente ont une tendance **ascendante** au cours du temps (12 derniers mois)
- ❖ Augmentation exponentielle de nombre de ventes et de visites sur le site depuis 07/2019
 - ✓ Augmentation *importante* de nombre de visites sur le site (**~ 20k - 550k fois**)
 - ✓ Augmentation *importante* de nombre de ventes (**~ 2,5k - 27,5k fois**)
 - ✓ Ratio entre le nombre de visites sur le site et le nombre de ventes au cours du temps augmente

❖ Conclusion:

Ratio (nombre de visites)/(nombre d'achats des clients) au cours du temps progresse, donc les visiteurs ont davantage confiance dans notre site.



Graphique D : Représentation du nombre d'achats des clients et le nombre de visites au cours du temps des 12 derniers mois (03/2019-02/2020)

Evolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat)

LE GRAND MARCHE - Service Marketing

Rapport mensuelle – Février 2020

❖ En générale, la plupart des sessions se varient autour des 7 minutes. La valeur médiane a baissée sur les 12 dernier mois et une variabilité importante du temps passé par les visiteurs sur le site.

❖ Variation du *temps passé sur le site web* **avant et après** le changement de stratégie d'entreprise en 07/2019

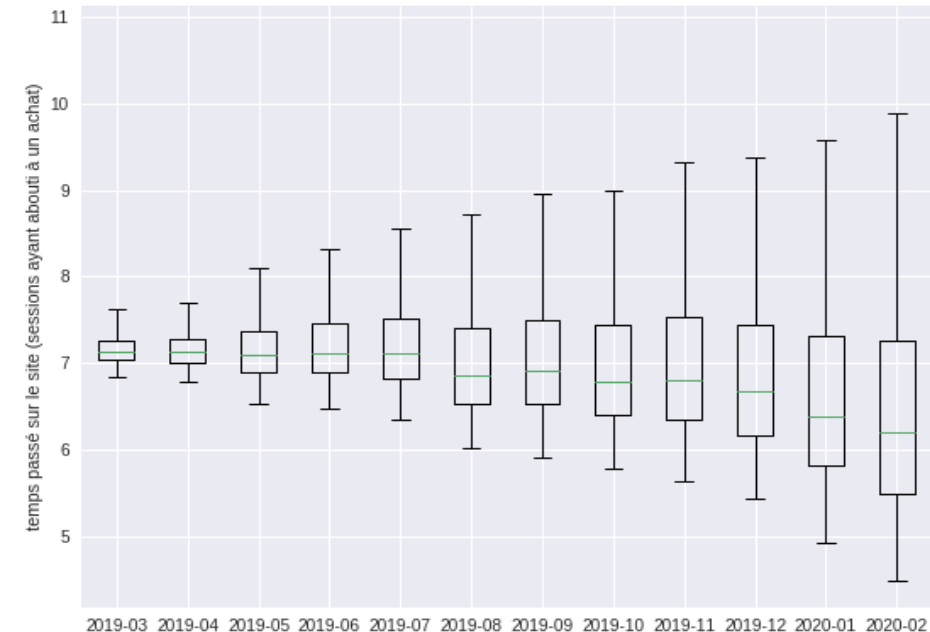
	03/2019 - 07/2019	08/2019 - 02/2020
Valeur médiane du temps	>7 min	< 7 min
Interprétation de la variabilité	Moins présente Autour de 6min30s et de 8 min	Très présente Entre 1min30s et 10 min

Conclusion :

Les clients sont de plus en plus intéressés par les produits de notre site (conclusion basée sur analyse de « L'évolution du montant d'achats des clients en fonction de temps passé par les visiteurs sur le site web pour toutes les sessions »).

CONCLUSION DU MOIS FEVRIER 2020:

Baisse de CA en 02/2020 dû au fait que l'entreprise n'inclut pas les produits high-tech dans ses ventes même s'il y a une augmentation de nombre d'achats car les produits de nourritures sont moins chers que les produits de High-tech.



Graphique E : Evolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat) (03/2019 - 02/2020)

The background features two large, decorative curved lines. One line, in shades of blue and green, curves from the top right towards the center. Another line, in shades of green and blue, curves from the bottom left towards the center. Both lines have a soft, multi-layered gradient effect.

MERCI!