

# RAPPORT MENSUEL DES ACTIONS MARKETING

FÉVRIER 2020

---

➤ *Le site enregistre une croissance exponentielle de son nombre de visiteurs*

---

➤ *Depuis avril 2019 le taux de conversion ne cesse de baisser*

---

➤ *Le montant du panier accroît avec le temps passé sur le site*

---

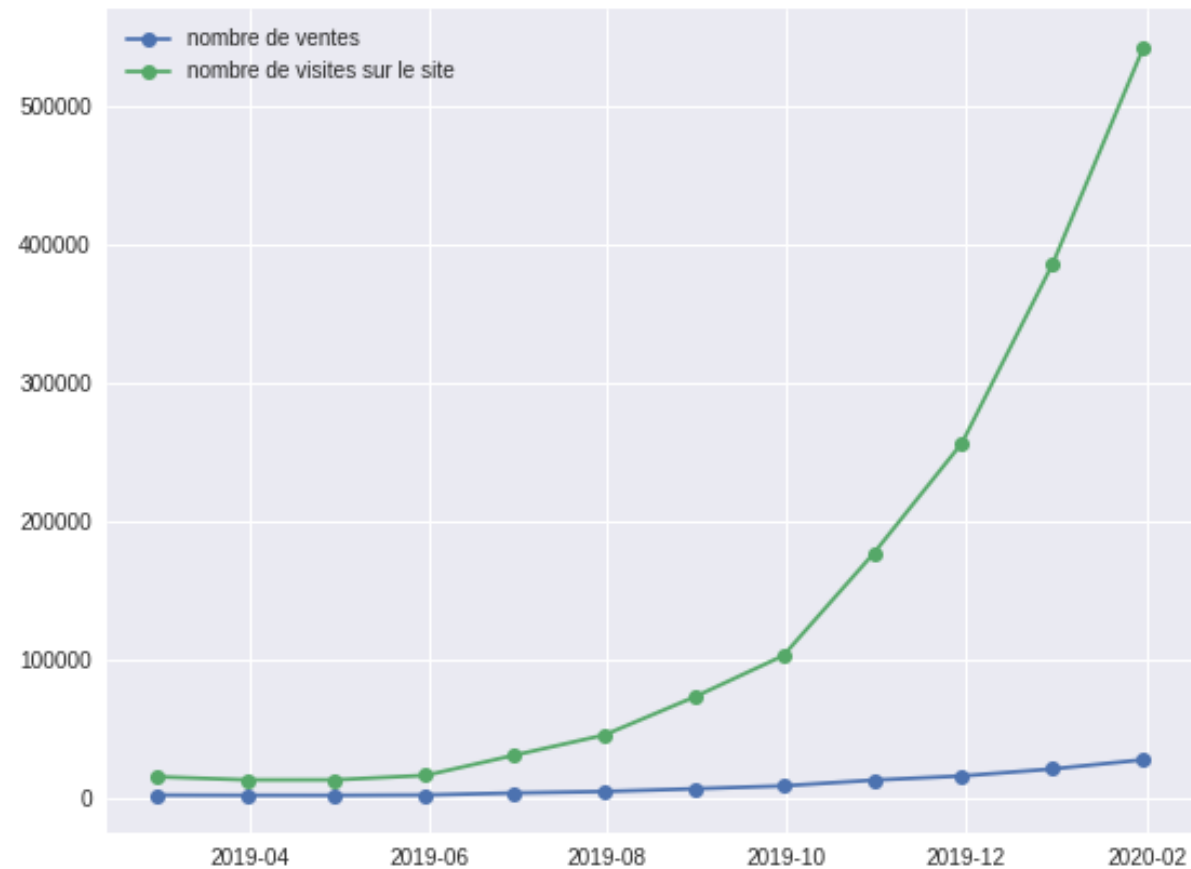
➤ *La catégorie high-tech a généré le plus de chiffre d'affaires au cours de la dernière année et sa suppression entraîne une baisse du chiffre d'affaires*

---

➤ *Le client, sur une session qui a déclenché un achat, passe plus de temps sur le site qu'avant*

## *Le site enregistre une croissance exponentielle de son nombre de visiteurs*

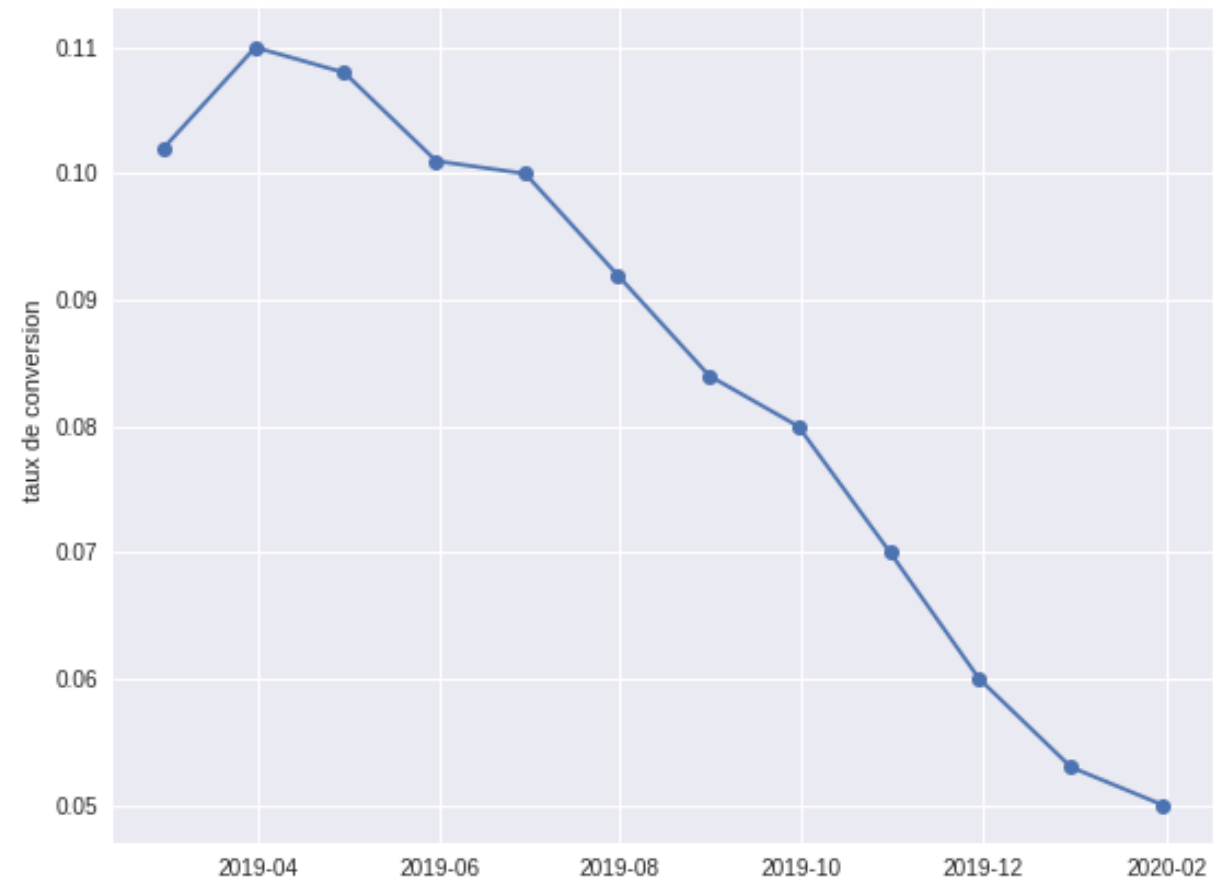
- ▶ Le nombre de visite sur le site a enregistré une croissance exponentielle (passant de près de 20000 à plus de 500000 visites en l'espace de quelques mois).
- ▶ Le nombre de ventes connaît quant à lui une croissance faible mais constante.





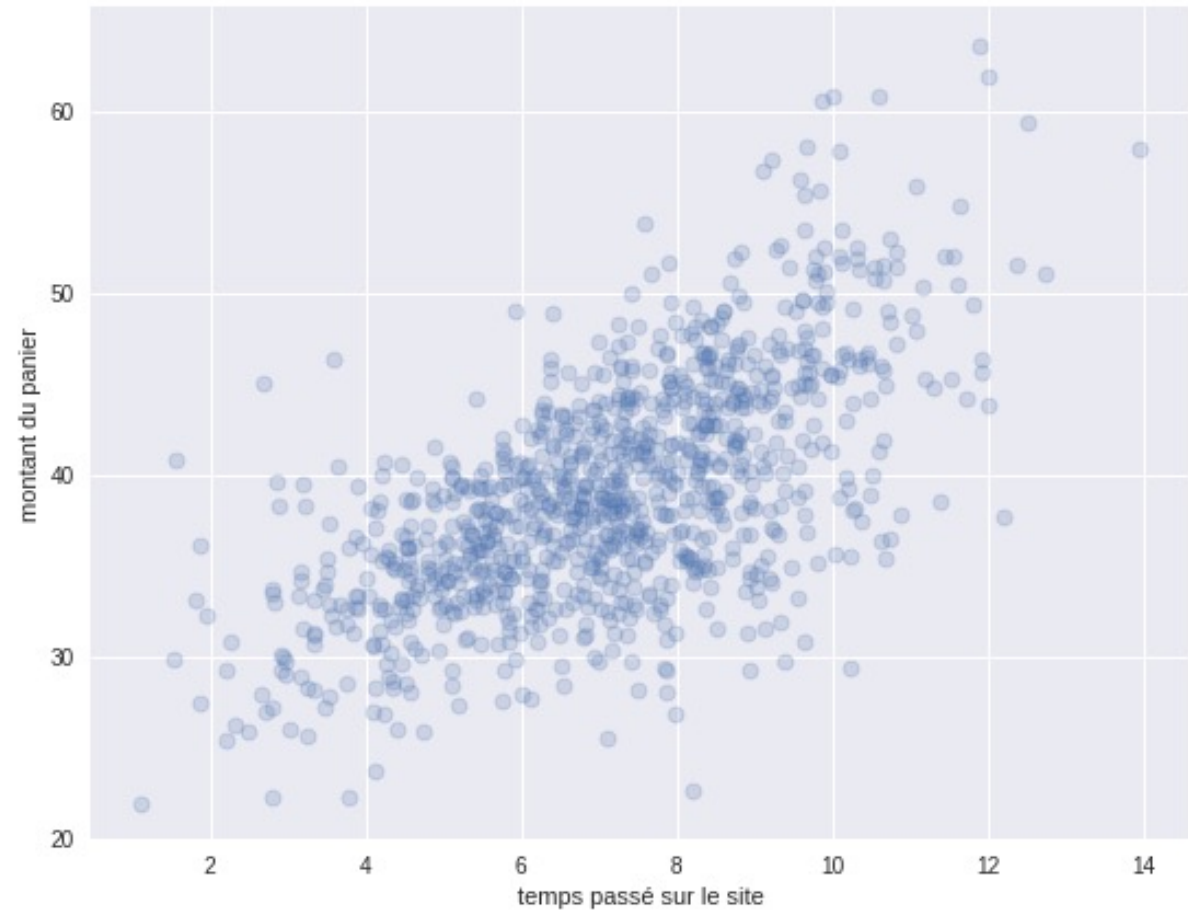
*Depuis avril 2019 le taux de conversion ne cesse de baisser*

- ▶ Le ratio entre nombre d'achats des clients et nombre de visites est en constante décroissance.
- ▶ Celui-ci décroît après avoir connu une augmentation jusqu'en Avril 2019.



## *Le montant du panier accroît avec le temps passé sur le site*

- ▶ Les commandes dont les montants sont les plus faibles ont été passées par les clients étant restés le moins longtemps sur le site.
- ▶ A contrario, les commandes aux montants les plus importants ont été passées par les clients étant restés le plus longtemps sur le site.
- ▶ On constate donc qu'il existe une corrélation entre montant de la commande et temps passé sur le site.



***La catégorie high-tech a généré le plus de chiffre d'affaires au cours de la dernière année et sa suppression entraîne une baisse du chiffre d'affaires***

- ▶ La catégorie high-tech représente la majorité du chiffre d'affaires généré par le site entre Mars et Novembre 2019.
- ▶ En Décembre le chiffre d'affaires de la catégorie high-tech baisse pour finalement disparaître en Février.
- ▶ On constate au même moment une baisse du chiffre d'affaires global du site que l'on peut associer au changement de stratégie commerciale (remplacement des produits "high-tech" par les produits de type "nourriture").





## *Le client, sur une session qui a déclenché un achat, passe plus de temps sur le site qu'avant*

- ▶ On constate que le temps de navigation nécessaire sur le site aux clients avant d'effectuer un achat a augmenté (maximum de Mars 2019 < maximum de Février 2020).
- ▶ Paradoxalement, la durée médiane a diminué ( étant passée d'environ 7 minutes à 6 minutes environ) ce qui tend à montrer que certains utilisateurs ont besoin de passer beaucoup moins de temps sur le site avant d'effectuer un achat ( minimum de Mars 2019 > min. Février 2020).

