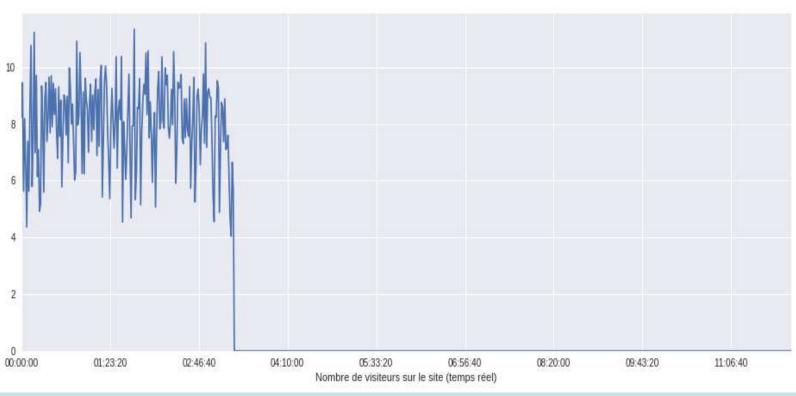


Rapport marketing mensuel

Février 2020

Anomalie graphique

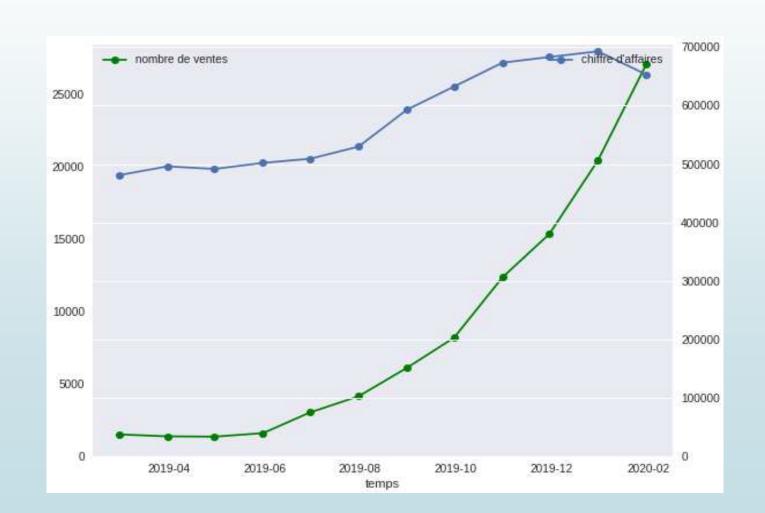




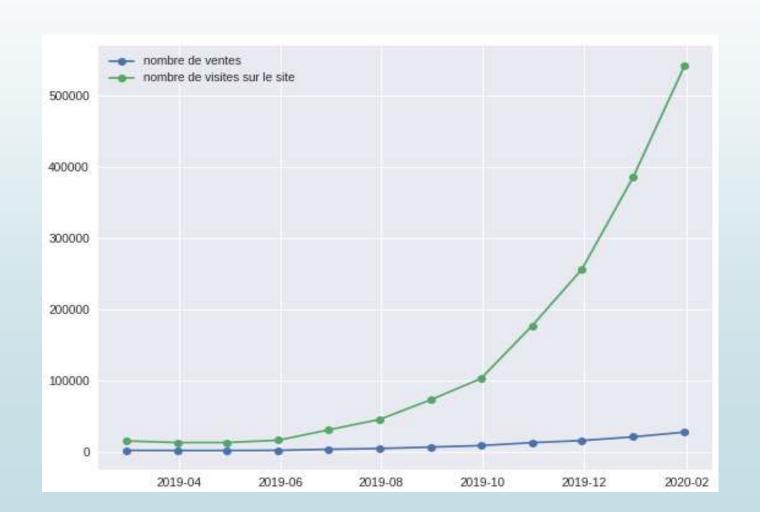
Points à aborder

- Proportion des ventes par catégorie de produit
- Montant des achats des clients (montant du panier)
- Évolution du chiffre d'affaires
- Évolution du nombre d'achats des clients
- Évolution du ratio (nombre d'achats des clients)/(nombre de visites) au cours du temps
- Évolution du nombre de visites sur le site web au cours du temps
- temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat)
- Évolution de la variabilité du temps passé par les visiteurs sur le site web (pour les sessions ayant abouti à un achat)

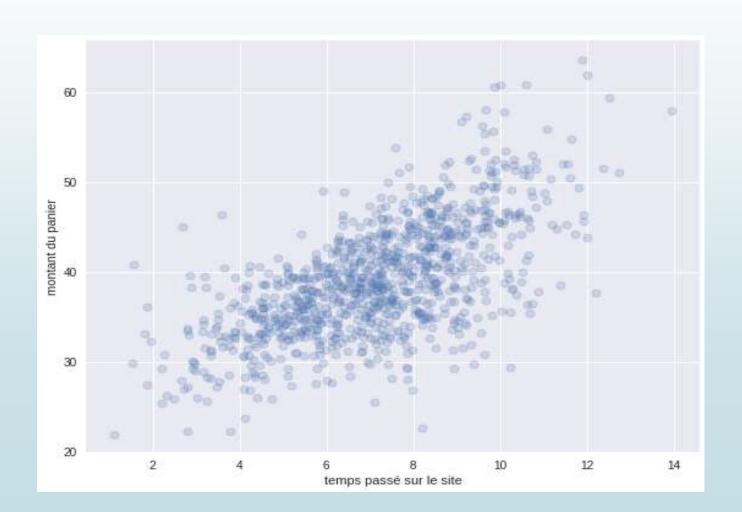
Évolution du nombre de ventes et du CA



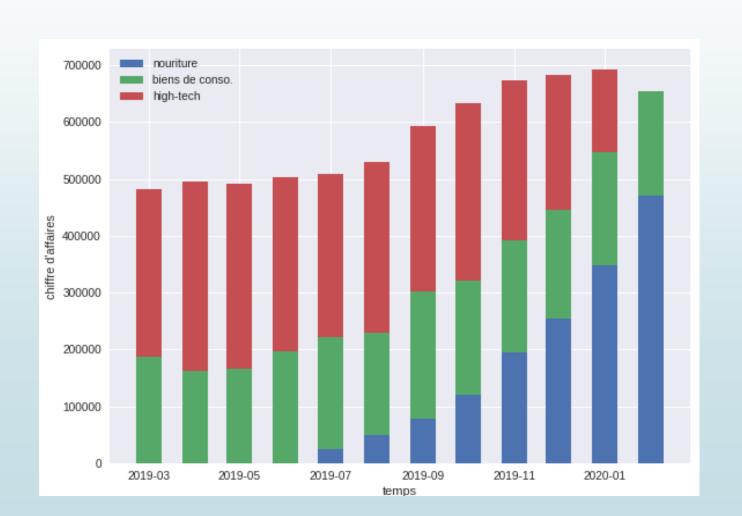
Évolution du nombre de ventes et de visites sur le site



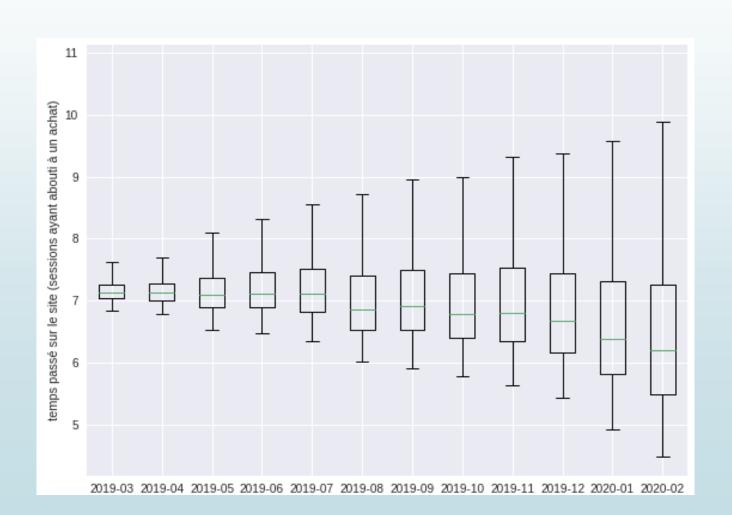
Lien entre temps passé sur le site et montant du panier



Évolution du CA selon répartition par catégorie



Évolution du temps passé sur le site (sessions ayant abouti à un achat)



Enseignements

- Augmentation constante du CA entre mars 2019 et janvier 2020, puis léger recul en février 2021
- Nombre de ventes en hausse, mais stagnation du CA
- Nombre exponentiel de visites sur le site
- Forte baisse du taux de conversion
- CA de la catégorie 'nourriture' en forte hausse, CA de la catégorie 'bien de conso' constante
- Panier moyen entre 30 et 45 €
- Temps moyen passé sur le site entre 6 et 8 minutes