Je suis Data Analyst au service Marketing du Grand Marché, diversifié dans différents secteurs que sont nourriture, biens de consommation et high tech.

Je vais vous fournir une analyse des chiffres clés du mois précédent.

Dans un premier temps, 16 graphiques, générés automatiquement cette nuit, m’ont été transmis, j’ai remarqué une anomalie au graphique n°4.

(diapo)

La stratégie de l’entreprise a été de stopper la vente de produits high et de commencer la vente de nourriture, nous allons voir l’impact de ce choix sur les résultats.

La direction m’a demandé de sélectionner 5 graphiques parmi les 16.

* **Évolution du nombre de ventes et du CA**

Le nombre de ventes augmente de façon exponentielle, atteignant plus de 25.000 ventes par mois en février 2020.

Le CA a également augmenté lors de l’année 2019, de façon moins importante que le nombre de ventes, avant de diminuer en février 2020.

Analyse : le panier moyen est beaucoup plus faible, sans doute car le high tech a été « remplacé » par la nourriture.

* **Évolution du nombre de ventes et de visites sur le site**

Le nombre de visites sur le site (courbe du haut) augmente de façon exponentielle.

Comme vu avant, nombre ventes augmente aussi de façon exponentielle (courbe du bas), mais d’une hausse moins importante si on regarde attentivement.

Analyse : le taux de conversion était de 0,1, il est maintenant de 0,05. Supposition : Les gens qui se connectent pour le high tech achètent le produit voulu, les gens qui se connectent pour la nourriture peuvent venir de façon « curieuse » (promo…)

* **Lien entre temps passé sur le site et montant du panier**

3 types d’informations :

* Temps sur le site entre 4 et 10 minutes, majorité entre 6 et 8.
* Montant du panier entre 30 € et 50 €.
* Corrélation positive : plus les consommateurs passent de temps sur le site, plus leur panier est élevé.
* **Évolution du CA selon répartition par catégorie**

Permet de revoir la tendance du CA général (hausse puis baisse, cf graph 1).

A partir de l’automne, la high tech prend une place de moins en moins importante jusqu’à ne plus faire partie du CA de l’entreprise en janvier 2020.

La nourriture, vendue à partir de juillet 2020, « remplace » cette part de high tech, et prend une part croissante en valeur et en % du CA, jusqu’à devenir la catégorie principale début 2020.

Le CA en valeur des biens de consommation reste stable dans le temps.

La stratégie de changement de secteur s’avèrera payante si le CA de la nourriture continue d’augmenter.

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

Boxplot qui montre la dispersion des visites sur le site dans le temps.

Mars 2019 : visite médiane 🡪 un peu plus de 7 minutes. Chaque visite dure entre 6min50 et 7min40.

Février 2020 : visite médiane 🡪 un peu plus de 6 minutes. Visite min : 4min30, visite max : presque 10 min. Les 8/10 entre 5min30 et 7min15.

Temps médian de visite en baisse de près d’une minute. Beaucoup plus forte dispersion du temps des visites, sans doute dû à la stratégie de miser sur la nourriture, le panier moyen étant plus bien hétérogène selon les consommateurs, donc le temps aussi, mais pas seulement car cette dispersion augmentait déjà avant la vente de nourriture.

* Sur la feuille de calcul “**Dashboard**” à compléter : il faut que tu utilises les bonnes formules pour remplir les cases vides (les informations de février, les totaux et les informations sur le temps d’achat).
* Sur une nouvelle feuille de calcul “**Montant x temps**” : un graphique représentant le montant du panier en fonction du temps passé sur le site.
* Sur une nouvelle feuille de calcul “**Évolution CA x catégorie**” : un graphique de l'évolution du chiffre d'affaires au sein de chaque catégorie.
* Sur une nouvelle feuille de calcul “**CA par catégorie**” : une représentation du chiffre d'affaires total pour chaque catégorie.
* Sur une nouvelle feuille de calcul “**Clients x catégorie**” : un tableau qui résume, pour chaque client, le nombre d'achats et le chiffre d'affaires par catégorie, ainsi que le total.