



Le Grand Marché

RAPPORT MENSUEL FÉVRIER 2020



Biens de conso.
constant



Nourriture
en progression

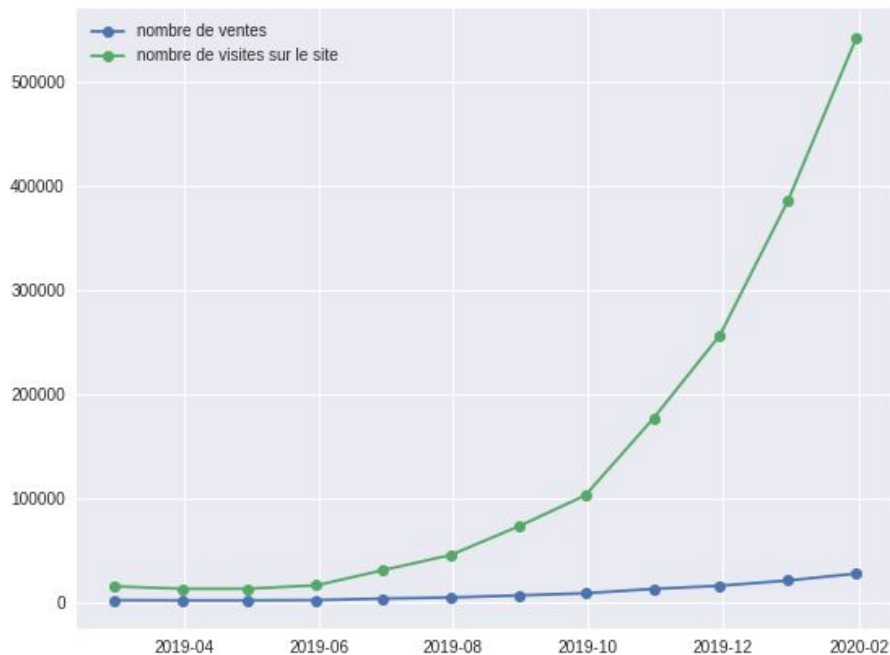
2,5 X Biens de conso
= Nourriture (février 2020)

L'arrêt du segment High tech a provoqué la
baisse attendue de notre CA.



Le Grand Marché

RAPPORT MENSUEL FÉVRIER 2020



Nombre de visite
croissance
exponentielle



Nombre de vente
progression linéaire

**Site web attractif
mais nombre de ventes
très en dessous
de nos espérances.**



Le Grand Marché

RAPPORT MENSUEL FÉVRIER 2020



Taux de conversion

$$\frac{\text{Nombre de clients}}{\text{Nombre de visiteurs}}$$

5 %

vs 2 % en moyenne en 2020

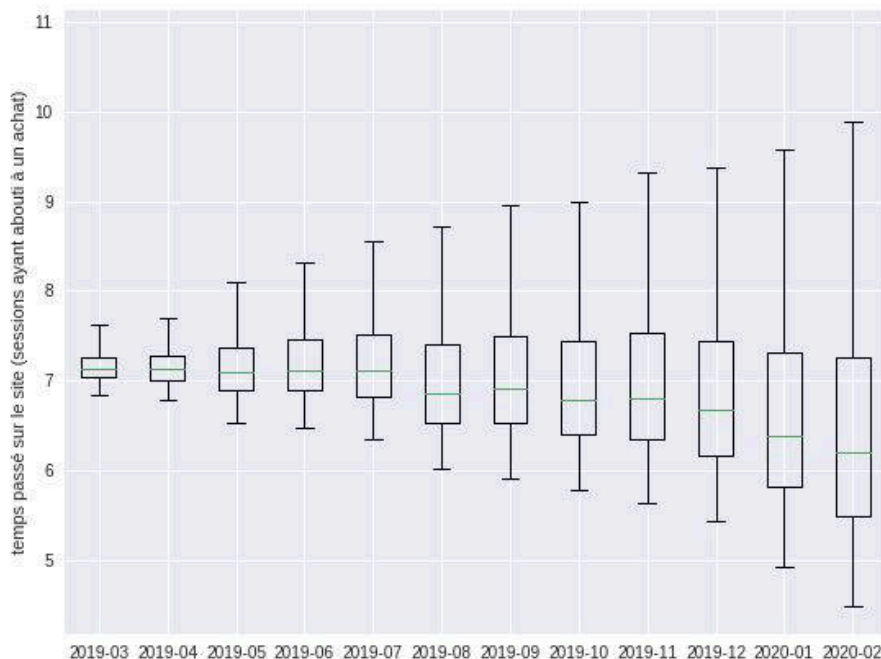
(Etude Fevad : fédération e-commerce et vente à distance)

**Taux de conversion divisé par 2 en 1 an
en baisse constante depuis avril 2019**



Le Grand Marché

RAPPORT MENSUEL FÉVRIER 2020



En 1 an, nous sommes passés de

7,1 à 6,2 s environ

(Temps médian)

**Temps passé
de plus en plus court**

=

Clients plus volatiles

=

Moins de contenu consulté

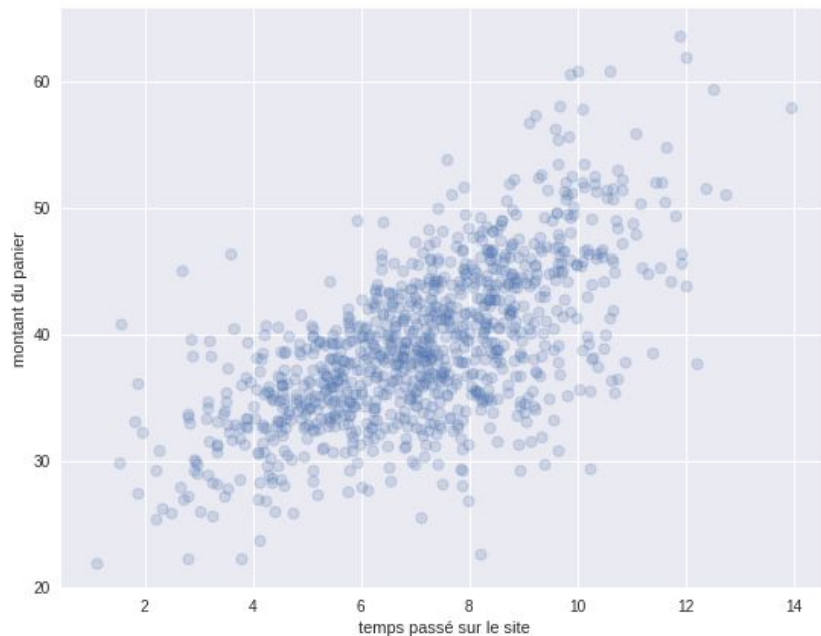
=

Conversion en baisse



Le Grand Marché

RAPPORT MENSUEL FÉVRIER 2020



Baisse du nombre de ventes

+

Taux de conversion en baisse

+

Temps moyen passé sur le site de 6,2 secondes en baisse

**Au final, un panier moyen
aux alentours de 30 - 40 €**



Suggestion d'axe stratégique

Baisse de l'engagement

Améliorer l'expérience client

Ajout de contenu informatif
(avis clients, tutoriel, guides, recette, FAQ,
suggestions, cocon sémantique ...)

Réduire les frictions : (temps de
chargement des pages, incohérence UX)

Taux de conversion en baisse

Analyse du parcours client et optimisation du tunnel d'achat

Analyse processus de commande,
historique de commande, panier oublié,
longueur des formulaires,
choix de livraison ...