

ANALYSE ET SUIVI DU TRAFIC

L'entreprise SWEETY BIO, spécialisée dans la vente de produits biologiques, est soucieuse d'optimiser ses stratégies marketing, d'améliorer l'expérience utilisateur, de réagir rapidement aux tendances du marché, d'identifier les problèmes techniques et de maximiser ses ventes en ligne pour assurer une croissance durable et compétitive dans un marché en constante évolution.

Vous devez analyser le trafic et la performance commerciale du site internet de l'entreprise, à l'aide du tableau de bord de l'application *SCOPE analytics*.

Comment l'analyse des données de trafic et de performance peut-elle aider Sweety Bio à améliorer sa stratégie digitale et développer ses ventes en ligne ?

« Ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas. » — Peter Drucker, expert en management

Partie 1- L'identification de données du trafic

1.1 Relever les indicateurs de fréquentation du site vitrine

Combien de personnes différentes ont visité le site ce mois-ci ?	
Quel est le nombre total de visites sur le site ?	
Combien de pages ont été consultées au total ?	
Combien de temps en moyenne un visiteur reste-t-il sur le site ?	
Quelle est la valeur du taux de rebond ?	
Combien de pages un visiteur consulte-t-il en moyenne lors de sa visite ?	
Quelle est la principale source d'arrivée des visiteurs sur le site ? Classer les 3 premiers canaux d'acquisition par ordre d'importance.	

1.2 Relever les indicateurs commerciaux (e-commerce)

Quel est le chiffre d'affaires total généré ce mois-ci ?	
Combien de commandes ont été passées ?	
Quel est le montant moyen d'une commande (panier moyen) ?	
Quel pourcentage de visiteurs effectue un achat (taux de conversion) ?	
Combien de paniers ont été abandonnés sans achat ?	

Partie 2 — L'analyse et l'interprétation

2.1. Analyser le comportement des visiteurs (site vitrine)

- La durée moyenne de visite vous semble-t-elle satisfaisante ? Justifier votre réponse en expliquant ce que cela révèle sur l'intérêt des visiteurs pour le site.
.....
.....
- Le taux de rebond est de 32,1 %. Expliquer ce que signifie ce chiffre et dites si c'est un bon ou mauvais résultat pour l'entreprise.
.....
- En observant les sources de trafic, identifier les deux canaux les plus performants et expliquez ce que cela révèle sur la stratégie digitale de l'entreprise
.....
- Quelles pages attirent le plus de visiteurs ?
.....

2.2. Analyser la performance commerciale

- Le chiffre d'affaires affiche une évolution par rapport au mois précédent. Comment interpréter cette progression ? Quels facteurs peuvent l'expliquer ?
.....
.....
- Le panier moyen est-il satisfaisant pour l'entreprise ?
.....
.....
- Le taux de conversion est-il satisfaisant ? Comparer ce chiffre à la moyenne du secteur e-commerce (2-3 %) et analyser son évolution.
.....
.....
.....
- Quelles solutions concrètes peut-on envisager pour réduire les paniers abandonnés ?
.....
.....
.....



PARTIE 3 — L'interprétation globale et propositions

3.1. Réaliser un diagnostic global du trafic en listant les points forts

.....
.....
.....

3.2. Identifier 2 axes d'amélioration prioritaires pour l'entreprise

.....
.....
.....

3.3. Proposer des actions à mettre en place chez SweetyBio

.....
.....
.....

Pour aller plus loin – Des questions de réflexion

4.1 Expliquer pourquoi il est important pour une entreprise comme SWEETY BIO de suivre régulièrement ces indicateurs web.

.....
.....

4.2 Identifier les risques que l'entreprise pourrait rencontrer si elle se concentrait uniquement sur le référencement naturel pour attirer des visiteurs.

.....
.....
.....

4.3 Analyser comment les données de ce tableau de bord peuvent aider SWEETY BIO à prendre des décisions commerciales et marketing.

.....
.....
.....

