

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 CCF : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

DEVOIR N°2 Octobre 2007

Thème : S421-3 La VAD et les UCV

Question 1

Analyse des performances et Améliorations des performances d'une Unité Commerciale Virtuelle

Question 2

L'unité commerciale « Vive le Jardin » est propriétaire de l'URL www.vivelejardin.fr et souhaite développer ses ventes sur l'Internet.

Afin de se faire connaître elle envisage de faire passer une bannière publicitaire au niveau de la page d'accueil du site <http://www.notretemps.com> (site dont l'audience est plutôt âgée –sénior-)

Avant de faire passer cette bannière publicitaire le directeur vous demande de faire une étude sur le site « www.notretemps.com ».

A l'aide des annexes, vous résoudrez le problème commercial suivant.

- A partir de l'annexe 1, calculez le **coût prévisionnel** « au clic » de cette campagne ainsi que le **chiffre d'affaires prévisionnel** sachant que le montant moyen d'une commande est de 75 € TTC (TVA 19,6%) et la **marge totale prévisionnelle dégagée** sachant que le taux de marque moyen est de 53%
- Satisfait de votre étude, la direction de Vive Le Jardin décide de faire passer une bannière publicitaire au niveau de la page d'accueil du site <http://www.notretemps.com> (annexe 2). **Calculez le résultat réel de cette campagne**
- Quel a été le point faible de cette campagne de publicité ? Comment corriger cette faiblesse ? (Faites des propositions d'améliorations)

Question 3

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt d'ajouter un site de commerce virtuel à une Unité Commerciale Physique

Eléments prévisionnels :

Annexe 1 :

Etude du site « <http://www.notretemps.com> » et estimations des résultats de la campagne de publicité

| AUDIENCE (MENSUELLE) | TAUX DE CLICS | TAUX DE TRANSFORMATION |
|-------------------------|---------------|------------------------|
| 392 590 | 4,30% | 0,92% |

| mode de paiement | Prix* ^α |
|--|---------------------|
| au clic ^α | 0,15-€ ^α |
| cpm (coût pour mille pages affichées) ^α | 10-€ ^α |
| à la transformation ^α | 1.5-€ ^α |

* prix fixés à titre d'exemple

Eléments réels :

Annexe 2

The screenshot shows the homepage of **Notre temps .com**. At the top, there is a navigation bar with the site logo, a search bar, and a newsletter sign-up button. Below this is a horizontal menu with categories: Retraite, Santé, Argent-conso, Internet, Forme-beauté, Loisirs, Parents âgés, and Jeux. The main content area is divided into several sections:

- Left Column:** A "VIVE LE JARDIN" banner for October, a "Jardinerie" article, and a "JEUX-CONCOURS" section featuring "La route des conquistadors" and "Mots fléchés".
- Center Column:** Two "DESTOCKAGE" (clearance) offers: a greenhouse for 349,00 € and a wooden trellis for 49,00 €.
- Right Column:** A "NEWSLETTERS" sign-up box, a "PUBLICITÉ" (advertising) section, and a "VOS ANNONCES" (your ads) section with two listings.

On the far right, there is a vertical sidebar with a "LA BOUTIQUE" (shop) section and a "Sélection Jeux" (game selection) section.

| AUDIENCE (MENSUELLE) | TAUX DE CLICS | TAUX DE TRANSFORMATION |
|-------------------------|---------------|------------------------|
| 402 365 | 4,79% | 0,22% |