

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session 2007

Sujet n° 18

Thème : S423-5 La communication locale

Question 1 :

Identifier les formes de communication

Question 2 :

La société Golden SA commercialise des produits cosmétiques à base de produits naturels sur le site internet www.cosmegold-natura.com.

Elle s'adresse à une cible large de femmes jeunes, urbaines et soucieuse de la santé de leur peau.

Afin de connaître la fréquentation de son site, la société Golden SA contrôle régulièrement les visites et les ventes.

Elle vous demande de mesurer les performances de son site à l'aide des annexes et de répondre aux questions suivantes

- Compléter le tableau en annexe 1
- Comment peut-on développer les ventes d'un site internet ?
- Calculer le coût de la page vue, le coût pour mille, le nombre de clics et le coût au clic (annexe 2)

Question 3 :

A partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt de la présentation de l'offre sur internet

Annexe 1

Indicateurs	Cosmegold-natura	Site concurrent
Nombre de prospects par jour	4 500	5 600
Nombre de pages vues par jour	150 000	280 000
Nombre de visites par an	24 637 000	32 704 000
Nombre de prospects qui remplissent le panier*	956	1 980
Nombre d'acheteurs par jour	520	1 460
CA par jour	25 000€	65 800€
Nombre de prospects par an		
Nombre de visites/prospect		
Nombre de pages vues par visite		
Taux de transformation		
Panier moyen par jour		
Taux d'abandon		

*panier = sélection de produits

Annexe 2

Indicateurs	Cosmegold-natura	Site concurrent
Pages vues	50 000	20 000
Prix de l'espace	15000 €	1 000€
Taux de clic	0,5 %	1 %

Corrigé sujet n° 18

Question 1

Question 2

Indicateurs	Cosmegold-natura	Site concurrent
Nombre de prospects par jour	4 500	5 600
Nombre de pages vues par jour	150 000	280 000
Nombre de visites par an	24 637 000	32 704 000
Nombre de prospects qui remplissent le panier*	956	1 980
Nombre d'acheteurs par jour	520	1 460
CA par jour	25 000€	65 800€
Nombre de prospects par an	1 642 500	2 044 000
Nombre de visites/prospect	14,99	16
Nombre de pages vues par visite	2,22	3,125
Taux de transformation	11,55%	26,07%
Panier moyen par jour	48,07%	45,06
Taux d'abandon*	45,60%	26,26%

- $(956 - 520)/956 = 45,60\%$

Le site concurrent est plus performant sur la plupart des critères. Nous avons l'avantage d'obtenir un panier moyen supérieur de 3 euros. A noter que notre taux d'abandon au cours du processus d'achat est élevé. Environ un prospect sur deux ne valide pas sa commande. Il faut donc rassurer le prospect sur la transaction : sécurité, confidentialité.....

Comment développer les ventes d'un site :

- Les ventes additionnelles : on peut noter que les offres de « cross-selling » peuvent se retrouver à trois niveaux de visite du site, soit au moment où l'utilisateur consulte les fiches produits, soit au niveau du bon de commande, soit enfin au sein d'un email de confirmation de commande par exemple.
- L'affiliation : Amazon propose des partenariats avec d'autres sites non-concurrents. Pour tout achat le partenaire reçoit un % de la commande.

Coût de la page vue, du CPM, nombre de clics et coût au clic.

Indicateurs	Cosmegold-natura	Site concurrent
Pages vues achetées	50 000	20 000
Prix espace	1 500€	1 000€
CPM	$(1\ 500/50\ 000) \times 1\ 000 = 30\text{€}$	$(1\ 000/20\ 000) \times 1\ 000 = 50\text{€}$
Taux de clics	0,5 %	1 %
Nombre de clics	$(50\ 000 \times 0,5\%) = 250$	$(20\ 000 \times 1\%) = 200$
Coût au clic	$1\ 500/250 = 6\text{€}$	$1\ 000/200 = 5\text{€}$