

Le bilan du prospectus « Rentrée » d'Urban Mode

Urban Mode a distribué 15 000 prospectus avec un bon de réduction de 10 € pour tout achat supérieur à 60 € (du 1er au 15 septembre). Coût de l'opération : 1 950 € (impression et distribution). Résultats : 420 bons utilisés, chiffre d'affaires des tickets avec bon 33 600 € HT, taux de marque 45 %. Sur la même période de l'année précédente, sans opération, le chiffre d'affaires avait été de 118 000 € HT ; cette année, il atteint 139 000 € HT.

Document 1 : rappels

Notion	Calcul
Taux de retour	$\text{bons utilisés} \div \text{prospectus distribués}$
Marge nette de l'opération	$\text{chiffre d'affaires généré} \times \text{taux de marque} - \text{réductions} - \text{coût de l'opération}$
Effet d'aubaine	achats qui auraient eu lieu sans l'offre

Annexe 1 (arrondir les montants à deux décimales, les pourcentages à deux décimales)

Question	Réponse
Taux de retour des prospectus (%)	_____
Coût d'un bon utilisé (coût de l'opération ÷ bons utilisés) (€)	_____
Panier moyen des tickets avec bon (€)	_____
Coût total des réductions accordées (€)	_____
Marge brute sur les tickets avec bon, avant réductions (€)	_____
Marge nette de l'opération (marge - réductions - coût de l'opération) (€)	_____
Hausse du chiffre d'affaires de la période par rapport à l'an dernier (%)	_____
Part du chiffre d'affaires supplémentaire expliquée par les tickets avec bon (%)	_____

Questions d'analyse

Pour mesurer l'effet réel du prospectus, la méthode la plus rigoureuse est :

- ☐ Comparer avec une période témoin (ou une zone non distribuée) et estimer les achats qui auraient eu lieu sans l'opération
- ☐ Compter uniquement les bons utilisés
- ☐ Ne rien mesurer

Un taux de retour de 2,8 % pour un prospectus avec bon de réduction est :

- ☐ Bon pour ce média (les taux usuels vont de 0,5 à 3 %)
- ☐ Très mauvais
- ☐ Impossible