

BTS Management des Unités Commerciales

Epreuve E5 : ANALYSE ET CONDUITE DE LA RELATION COMMERCIALE

Session 2006

Sujet n° 10

Thème : La vente à distance et les unités commerciales « virtuelles »

Question 1

- Définir les spécificités du commerce électronique.

Question 2

À l'aide des annexes 1 & 2 , vous résoudrez le problème commercial suivant :

La société Trident-Pêche leader en France de la vente par correspondance d'articles de pêche à la mouche dispose à la date d'ouverture de son site marchand en septembre 2003 d'un fichier de 5327 clients.

Son directeur vous demande d'analyser à l'aide des informations communiquées en annexe 1 la fréquentation de son site www.trident-peche.com:

- Citer des indicateurs de mesure de la vitalité d'un site.
- Effectuez tous les calculs utiles pour analyser la vitalité du site et tirez des conclusions de vos analyses.
- Proposez des méthodes pour augmenter les ventes et accroître la fidélisation.

Question 3

- À partir de votre expérience en entreprise et de vos connaissances, montrez l'intérêt du commerce électronique pour la gestion de la relation client.

Annexe 1 : Statistiques de fréquentation du site

Statistiques	2004	2005
Nombre total d'accès au site	167 129	303 847
Nombre de consultation de la page accueil	146 137	271 321
Nombre de consultation du catalogue	112 365	222 481
Durée moyenne d'une consultation	00 :17 :33	00 :16 :27
Nombre de visiteurs venus au moins une fois	56 888	161 027
Nombre d'achats	23 978	49 416
Nombre d'achats par internaute ayant déjà acheté	12 936	19 986

Annexe 2 : Evolution du nombre de clients et du chiffre d'affaires

	2002	2003	2004	2005
Clients	5061	5327	5968	6496
CA	389 697	415 506	507 280	571 648

27.7% des internautes viennent directement sur le site Trident-pêche.

Ceux qui ne le connaissent pas utilisent un moteur de recherche et c'est dans 90% des cas par le mot « pêche » qu'ils aboutissent sur le site.