

Exercice 1

Passionnée par les fleurs, Anissa a ouvert une fleuristerie, il y a 2 ans dans le centre ville de sa commune et bénéficie d'une clientèle régulière et fidèle avec qui elle a su nouer des relations commerciales.

Vous êtes recruté(e) en qualité de stagiaire afin de l'assister dans la dynamisation du site internet

1 Évaluer les performances du site puis analyser vos résultats.

2 Proposer des actions afin de développer le CA et le panier moyen du site.

3 Sélectionner deux techniques qui permettent de générer du trafic.

4 Concluez quant à l'importance du digital pour les entreprises, et plus particulièrement pour les indépendants.

Annexe 1 Situation et stratégie commerciale du point de vente

L'arrivée d'un nouveau concurrent

Depuis l'ouverture d'une zone commerciale à la périphérie de sa ville, et notamment d'un fleuriste low-cost, Anissa doit prendre en compte l'arrivée de ce concurrent dans sa stratégie commerciale. Ainsi, afin d'augmenter sa notoriété et de renforcer son positionnement, elle a lancé un site internet vitrine qui présente son offre ainsi que ses services associés (livraisons, réservation, préparation pour des événements, click & collect, entretien...) et l'a associé à des publications régulières et vidéos sur les réseaux sociaux où elle est très active.

La mairie au service de ses commerçants

Constatant un déclin dans la fréquentation de son centre-ville, la commune a décidé de lancer une action de revitalisation du centre-ville conjointement avec l'association des commerçants. Un site internet présentant les commerces du centre-ville et sur lequel les commerçants publient régulièrement des contenus a donc été ouvert. Depuis le lancement de cette initiative, il a décidé de faire évoluer son site vitrine vers un site marchand, site actif depuis maintenant 4 mois.

Annexe 2 Extrait du tableau de bord du site marchand

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai
Nombre de visiteurs	114	235	152	135	251
Nombre de pages consultées	497	1826	734	555	2019
Nombre de produits mis au panier	18	66	33	16	81
Nombre de paniers validés (achat)	3	21	7	4	30
CA	75	1278	256	142	1789

Exercice 2

Après la réalisation d'un contrat d'alternance dans le cadre de votre formation en BTS MCO, vous avez développé votre propre site internet marchand dans lequel vous proposez des services d'organisation et animation de fêtes d'anniversaire pour enfants. Vos services rencontrent un vif succès et les témoignages clients sont très positifs.

Très actif(ve) sur les réseaux sociaux, vous comptez un nombre important de personnes qui vous suivent et aiment vos productions, mais votre site internet reste quant à lui peu fréquenté.

1 Proposez deux techniques qui répondent au besoin de votre entreprise.

2 Justifiez vos choix

Exercice 3

Vous êtes stagiaire aux seins de l'entreprise Veepee; votre tutrice Aurélie, responsable e-marketing, souhaite vous missionner sur une action de veille concurrentielle. En effet, dans le classement des sites et applications e-commerce les plus visités en France, il apparaît que votre enseigne se positionne en quatrième place. Aurélie souhaite en comprendre les raisons.

1 Connectez-vous et parcourez les sites internet des enseignes Amazon, Cdiscount et Fnac;

2 Présentez le parcours d'achat des internautes sur ces sites marchands

3 Concluez quant aux raisons du succès commercial de ces sites, en termes de e-marketing notamment.

Annexe Top 5 Sites de e-commerce et modes de livraison privilégiés par les acheteurs

Top 5 de présentation des sites e-commerce

Amazon	24535000	51,1
Fnac	11616000	24,2
Cdiscount	8136000	17
E.Leclerc	7022000	14,6
Veepee	6756000	14,1

Livraison

Durant les périodes de confinement du fait de la Covid-19, les acheteurs ont continué à privilégier la livraison à domicile pour récupérer leur commande, mais ont également fortement augmenté leur recours au click & collect, mis en avant par les commerçants étant donné l'afflux de commandes.

Modes de livraisons utilisés (en % des e-acheteurs)

86,2	A domicile
64,3	En points relais
41,1	En click & collect
12,1	E-réservation
8,6	En consigne
4,6	Au travail

Exercice 4

L'entreprise CaRennes est une petite entité familiale qui propose de la location de voitures depuis plus de 10 ans dans le centre-ville de Rennes. L'agence physique étant rentable et bénéficiant d'une notoriété importante, Mme Ly, gérante de l'entreprise, a récemment développé le site internet de l'agence. A près deux mois d'activité, les résultats ne sont pas à la hauteur des objectifs fixés.

Recruté(e) en qualité de stagiaire, vous avez pour missions d'augmenter la visibilité de l'agence sur internet. Dans ce cadre, vous souhaitez mettre à profit votre maîtrise de l'outil internet, et notamment mettre en oeuvre une action que vous avez réalisée en classe : l'utilisation de la solution Google ADS. Mme Ly vous précise que le budget fixé est peu élevé.

1 Présentez les forces et les faiblesse de ce type d'outil pour votre agence.

2 Proposez, pour chaque étape, des solutions adaptées à votre agence. N'hésitez pas à vous connecter sur le site https://ads.google.com/intl/fr_fr/home/how-it-works/ afin de bénéficier de conseils.

3 Recherchez d'autres solutions qui vous permettraient de gagner en visibilité sur internet, et en trafic sur votre site.

4 Proposez une solutions on-line vous permettant de d'évaluer et de suivre vos performances.

Annexe Extraits de la présentation Google Ads

