BTS MCO — ADOC · 1ère année

# Chapitre 06 — Mise en application

Évaluation de l'Action Commerciale

1 dossier · 6 questions

Dossier 1 · Dossier unique · Évaluation complète

## GourmetMarché — Évaluer et piloter l'action commerciale d'une épicerie fine




GourmetMarché vient de mener une action commerciale sur 3 mois. Son gérant doit évaluer les résultats (animation, mise en avant produits, promotions) pour décider de la reconduire ou de l'adapter.

### ■ Document 1 — Tableau de bord GourmetMarché — Action commerciale T3 2024

#### Données comparatives N-1 / T3 2024

| Indicateur | T3 N-1 (réf.) | T3 2024 (action) | Objectif fixé |
|---|---|---|---|
| CA mensuel moyen | 18 400 € | 21 800 € | 22 000 € |
| Panier moyen | 28 € | 34 € | 32 € |
| Passages / mois | 657 | 641 | 720 |
| Taux fidélité clients | 61 % | 68 % | 70 % |
| Marge brute | 42 % | 38 % | 40 % |
| Coût de l'action | — | 2 800 € | 2 500 € |

## ■ Questions de mise en application

### Question 1

Calculez l'écart entre le CA réalisé et l'objectif fixé. Calculez la progression vs N-1. Commentez.

### Question 2

Analysez l'évolution du panier moyen. Comment le CA est-il proche de l'objectif malgré une baisse des passages ?

### Question 3

La MB est passée de 42 % à 38 %. Calculez la MB en valeur pour T3 2024 et T3 N-1. Interprétez.

### Question 4

Le coût est de 2 800 € pour un budget de 2 500 €. Calculez le dépassement et évaluez le ROI.

### Question 5

Construisez un bilan synthétique (indicateurs verts / oranges-rouges) et tirez une conclusion globale.

### Question 6

Proposez deux indicateurs complémentaires pour affiner l'évaluation lors de la prochaine action.

---

**■ Évaluer une action commerciale = mesurer l'écart objectifs/résultats sur CA, panier, trafic, fidélité, marge, coût. Le ROI doit intégrer les effets durables (fidélisation) au-delà des résultats immédiats.**

---