

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Cours MCMO.04 – Marketing & Commerce Multi-Omnicanal

Classe : GACO 3 – MCMO

Durée : 30 minutes | Documents non autorisés

Calculatrice non autorisée

Nom : _____	Prénom : _____	Date : _____	NOTE _____ / 20
----------------	-------------------	-----------------	---------------------------

! CONSIGNES IMPORTANTES

- Aucun document autorisé – Aucune calculatrice autorisée
- Répondez directement sur cette feuille dans les espaces prévus à cet effet
- **Montrez le détail de vos calculs : une réponse sans justification ne sera pas comptabilisée**
- Soignez la présentation et l'orthographe

1

MAÎTRISE DES CONCEPTS CLÉS DU MARKETING DIGITAL (8 points)



Question 1 – Le ROAS (2 points)

a) Donnez la définition complète du ROAS (en français) et précisez l'unité dans laquelle il s'exprime.

b) Rédigez sa formule de calcul :

ROAS =



Question 2 – Le Coût d'Acquisition Client (CAC) (2 points)

a) Définissez précisément le Coût d'Acquisition Client. Que mesure-t-il ? Dans quelle unité s'exprime-t-il ?

b) Rédigez sa formule de calcul :

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Cours MCMO.04 – Marketing & Commerce Multi-Omnicanal

Classe : GACO 3 – MCMO

Durée : 30 minutes | Documents non autorisés

Calculatrice non autorisée

CAC =



Question 3 – Le Panier Moyen (2 points)

a) Définissez le panier moyen et précisez son utilité en e-commerce. Dans quelle unité s'exprime-t-il ?

b) Rédigez sa formule de calcul :

Panier moyen =



Question 4 – Synthèse comparative (2 points)

En quelques mots, expliquez pourquoi ces 3 indicateurs sont complémentaires pour piloter une stratégie d'acquisition en e-commerce.

2

APPLICATION NUMÉRIQUE – CAS PRATIQUE (12 points)



MISE EN SITUATION

L'entreprise DIGITAL SHOP lance une campagne publicitaire en ligne. Voici les données disponibles :

 Données de la campagne	 Valeurs cibles de l'entreprise
- Coûts de conception : 5 000 € - Coûts de diffusion pub : 1 000 € / semaine - Durée de la campagne : 10 semaines - Chiffre d'affaires généré : 30 000 €	CAC cible : 80 € ROAS cible : 2,40 - Panier moyen cible : à déterminer

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Cours MCMO.04 – Marketing & Commerce Multi-Omnicanal

Classe : GACO 3 – MCMO

Durée : 30 minutes | Documents non autorisés

Calculatrice non autorisée

- Nombre de nouveaux clients : 300 clients

 Les valeurs cibles sont les objectifs que l'entreprise s'était fixés avant le lancement.

Question 5 – Budget total de la campagne (2 points)

Calculez le budget total investi dans cette campagne (coûts de conception + coûts de diffusion).
Détaillez votre calcul.

Calcul :

Budget total de la campagne = _____ €

Question 6 – Calcul du ROAS réel (3 points)

Calculez le ROAS réel de cette campagne. Montrez le détail complet du calcul.

Calcul :

ROAS réel = _____

 Comparaison avec la valeur cible (ROAS cible = 2,40) :

Question 7 – Calcul du Coût d'Acquisition Client (CAC) réel (3 points)

Calculez le CAC réel de cette campagne. Montrez le détail complet du calcul.

Calcul :

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Cours MCMO.04 – Marketing & Commerce Multi-Omnicanal

Classe : GACO 3 – MCMO

Durée : 30 minutes | Documents non autorisés

Calculatrice non autorisée

CAC réel = _____ €



Comparaison avec la valeur cible (CAC cible = 80 €) :

Question 8 – Calcul du Panier Moyen (2 points)

Calculez le panier moyen généré lors de cette campagne. Montrez le détail complet du calcul.

Calcul :

Panier moyen = _____ €



Question 9 – Analyse et recommandations (2 points)

En vous appuyant sur vos résultats (ROAS, CAC, panier moyen) et les valeurs cibles de l'entreprise, portez un jugement argumenté sur la performance globale de cette campagne. La campagne est-elle rentable ? Quelles recommandations feriez-vous ?

CONTRÔLE DE CONNAISSANCES

Cours MCMO.04 – Marketing & Commerce Multi-Omnicanal

Classe : GACO 3 – MCMO

Durée : 30 minutes | Documents non autorisés

Calculatrice non autorisée



RÉSERVÉ AU CORRECTEUR

Q	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	TOTAL
M ax	/2	/2	/2	/2	/2	/3	/3	/2	/2	/20
N ot e										
O bs .										

Bonne chance ! 🎯 Gardez votre calme et montrez le détail de vos raisonnements.