

Correction chapitre 3

1. Évaluer l'efficacité de l'événement

a) Calcul du taux de réponse aux invitations :

Taux de réponse = (Nombre de personnes ayant visité le stand ÷ Nombre d'invitations envoyées) × 100
= (500 ÷ 2 000) × 100 = 25 %

b) Calcul du taux de présence parmi ceux qui avaient répondu :

Ici, le taux de présence correspond au nombre réel de visiteurs sur le stand (500), ce qui est aussi le nombre de réponses dans ce contexte (on considère que les réponses sont les visites). Parfois, on différencie invitations acceptées et présence réelle, mais avec les données disponibles, on peut dire :
Taux de présence = (Visiteurs ÷ Invitations envoyées) × 100 = 25 % (idem taux de réponse).

Si on considère que "réponse" = inscription ou intérêt, ici la donnée manque. On peut simplement indiquer que le taux de présence est de 25 % par rapport aux invitations.

c) Deux indicateurs réseaux sociaux montrant une amélioration de la notoriété :

- 1 000 nouveaux abonnés sur la page Instagram, signe d'un accroissement de la communauté.
 - 400 inscriptions à la newsletter, témoignant d'un intérêt fort et d'un engagement accru.
-

2. Exploiter les contacts

a) Importance des inscriptions à la newsletter pour GreenSport :

Les inscriptions permettent de constituer une base de données qualifiée pour communiquer directement avec des clients potentiels, fidéliser, informer sur les nouveautés, promotions ou événements futurs, et ainsi maximiser les ventes à moyen et long terme.

b) Deux actions commerciales pour exploiter ces contacts :

- Envoyer des campagnes d'emailing ciblées avec des offres promotionnelles ou des informations sur les nouveaux produits.
 - Proposer des invitations exclusives à des événements privés ou des avant-premières de nouveaux produits.
-

3. Calculer les retombées commerciales

a) Calcul du ROI en utilisant les ventes générées :

ROI = (Chiffre d'affaires généré - Coût de l'événement) ÷ Coût de l'événement × 100
= (45 000 € - 15 000 €) ÷ 15 000 € × 100 = (30 000 € ÷ 15 000 €) × 100 = 200 %

b) Calcul du ROI en utilisant la marge nette :

ROI marge nette = (Marge nette ÷ Coût de l'événement) × 100
= (18 000 € ÷ 15 000 €) × 100 = 120 %

4. Faire le bilan

a) Rentabilité de l'événement :

L'événement a été rentable car le chiffre d'affaires généré (45 000 €) est trois fois supérieur au coût (15 000 €), avec un ROI de 200 %. La marge nette de 18 000 € dépasse aussi le coût initial, ce qui montre une bonne rentabilité. De plus, l'acquisition de contacts (newsletter, Instagram) est un plus pour la fidélisation future.

b) Proposition d'amélioration pour un futur événement :

Pour augmenter encore l'impact, GreenSport pourrait renforcer les animations sur place (démonstrations, mini-ateliers running) pour engager plus de visiteurs et améliorer le taux de transformation. Une communication digitale plus ciblée avant l'événement pourrait aussi augmenter le taux de réponse.