



**INSTITUT SUPERIEUR DES ETUDES**

**TECHNOLOGIQUES DE RADES**

**Département des sciences économiques et de gestion**

**DEVOIR DE SYNTHESE**

<b>MATIERE :</b>	<b>E-COMMERCE</b>	<b>DUREE :</b>	<b>1 H30 mn</b>
<b>NIVEAU :</b>	<b>L 3 LT &amp; MCI</b>	<b>DOCUMENTS :</b>	<b>Non autorisés</b>
<b>ENSEIGNANT :</b>	<b>Y. ABASSI</b>		

Nombre de pages : 3

**Cas de la société : «SCOOP INFORMATIQUE »**

Cas rédigé par Abassi YAKDHAN

**SCOOP INFORMATIQUE** est une société qui commercialise des produits High Tech depuis plus de dix ans. L'enseigne est leader sur son secteur avec des points de vente implantés sur tout le territoire tunisien (cinq magasins à Tunis, deux magasins à Sousse, un magasin à Sfax, un magasin à Bizerte et un magasin à Nabeul). Son assortiment regroupe plusieurs lignes de produits ( PC portables, PC du bureau, tablettes, imprimantes, Smartphones, accessoires informatiques) de marques renommées telles que HP, TOSHIBA, DELL, ACER, CANON, SONY, LEXMARK ACER ...

Devant l'engouement des consommateurs internautes au concept de vente en ligne, SCOOP a décidé d'apporter plus de nouveautés à ses fidèles clients en lançant le premier site 100% marchand en Tunisie dans le domaine High Tech. Le paiement en ligne se fait par carte bancaire et il est totalement sécurisé.

- 1) Quels sont les principaux avantages que pourraient rapporter la vente en ligne à l'entreprise et à ses clients ? (4points)
- 2) Afin d'optimiser sa présence sur le web, et son référencement la société gère un dispositif de plusieurs mots clé. Quels sont d'après vous les

principaux mots à retenir ? Ou faut-il les intégrer au niveau du code du site ? Comment peut-on contrôler l'efficacité des mots retenus ?

(4 points)

- 3) En vue de générer un niveau de trafic élevé sur le site marchand la société envisage d'acheter des liens publicitaires dans plusieurs sites affiliés. Selon quels critères doit-on choisir les sites affiliés ? Quels sont les différentes formules qu'on peut pratiquer pour acheter les liens sponsorisés ? (3points)
- 4) Les responsables de la société souhaitent insérer la bannière publicitaire suivante :



Quels est la nature de ce format publicitaire ?

Quels sont ses avantages et ses inconvénients ?

Quels autres formats publicitaires peut-on utiliser ? (4points)

- 5) Afin de créer une base de données clients la société souhaite intégrer au niveau de son site un formulaire électronique qui précède l'achat. Quels d'après vous les données qu'il faut recueillir à travers ce formulaire sur

les clients ? Quelles règles faut-il respecter pour réduire le taux d'abandon des clients ? (3points)

- 6) En vue d'élargir sa base de données la société envisage d'acheter des fichiers clients auprès de deux agences de conseils en web marketing. Ces dernières lui proposent les tarifs suivants :

	Nombres d'adresse	Tarifs à l'adresse	Frais techniques divers	Taux de transformation
Agence 1	150 000	0.1 DT	3 000 DT	1%
Agence 2	250 000	0.12	2500 DT	2%

- a) Calculez le coût total d'exploitation de la base de données et le coût moyen par adresse. (1 point)
- b) Déterminez le panier moyen minimum pour couvrir l'ensemble des coûts sachant que la marge bénéficiaires est de 20%. (1 point)