

Étude de Cas : Analyse des Indicateurs Clés en Marketing

Contexte :

Entreprise : "Miam Miam Food ", une start-up spécialisée dans les plats préparés et livrés à domicile en Algérie.

Objectif : Évaluer la performance marketing à travers divers indicateurs clés, pour ajuster la stratégie et maximiser les résultats.

Votre Mission:

Vous êtes chargés d'aider **Miam Miam Food** à analyser ses performances marketing à l'aide des KPIs ci-dessous. L'entreprise souhaite identifier les points forts et les axes d'amélioration pour fidéliser sa clientèle et augmenter ses ventes.

Données Fournies :

- Chiffre d'Affaires (CA) :**
 - Avant campagne : 1 000 000 DZD
 - Après campagne : 1 300 000 DZD
- Retour sur Investissement (ROI) :**
 - Coût total de la campagne digitale : 150 000 DZD
 - Revenus générés par la campagne : 300 000 DZD
- Taux de Conversion :**
 - Visites sur le site web et application : 5 000
 - Commandes passées : 250
- Taux d'Engagement sur les Réseaux Sociaux :**
 - Total des interactions (likes, partages, commentaires, clics) : 3 000
 - Total des impressions : 25 000
- Net Promoter Score (NPS) :**
 - Promoteurs: 120 sur 200
 - Détracteurs : 40 sur 200
- Taux de Rétention :**
 - Clients au début de la période : 500
 - Clients restants après 6 mois : 400

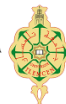
Les Questions :

- Analyse des Indicateurs :**
 - Calculez le **CA**, le **ROI**, le **Taux de Conversion**, le **Taux d'Engagement**, le **NPS** et le **Taux de Rétention**.
 - Interprétez chaque résultat en expliquant ce qu'il révèle sur les performances de Miam Miam Food
- Diagnostic :**
 - Quels sont les indicateurs les plus performants ? Pourquoi ?
 - Quels sont les points d'amélioration ? Proposez des recommandations pour améliorer ces résultats.



3. Décisions Stratégiques :

- Imaginez que vous êtes responsables marketing chez Miam Miam Food .
Quelles actions concrètes mettriez-vous en place pour :
 - a) Augmenter le taux de conversion ?
 - b) Améliorer la satisfaction client (NPS) ?
 - c) Fidéliser davantage les clients (Taux de Rétention) ?
-



Correction de l'Étude de Cas : Analyse des Indicateurs Clés en Marketing

1. Analyse des Indicateurs

a) Calcul des Indicateurs

1. Chiffre d'Affaires (CA) :

- Le chiffre d'affaires a augmenté de **30 %**, témoignant d'un impact positif de la campagne marketing sur les ventes.

2. Retour sur Investissement (ROI) :

$$\text{ROI (\%)} = (300\,000 - 150\,000 / 150\,000) \times 100 = 100\%$$

Un ROI de **100 %** signifie que chaque dinar investi a généré 2 DZD en retour, reflétant une utilisation efficace du budget.

3. Taux de Conversion :

$$\text{de Conversion (\%)} = (\text{Visites sur le site et application} / \text{Commandes passées}) \times 100$$

$$\text{Taux de Conversion (\%)} = (250 / 5000) \times 100 = 5$$

Un taux de conversion de **5 %** est correct pour une plateforme en ligne, mais il peut être optimisé pour augmenter le nombre de commandes.

4. Taux d'Engagement sur les Réseaux Sociaux :

$$\text{Taux d'Engagement (\%)} = (3000 / 25000) \times 100 = 12\%$$

- Un taux d'engagement de **12 %** montre que le contenu social est pertinent et engageant pour le public cible.

○

5. Net Promoter Score (NPS) :

○

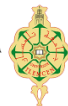
$$\text{NPS} = 60 - 20 = 40$$

- Un NPS de **40** est bon, mais il peut être amélioré en réduisant le pourcentage de détracteurs.

6. Taux de Rétention :

$$\text{Taux de Rétention (\%)} = (500 / 400) \times 100 = 80\%$$

- Un taux de rétention de **80 %** montre une fidélisation relativement forte, mais il reste 20 % de clients perdus.



b) Interprétation des Résultats

1. **Chiffre d’Affaires** : Une augmentation de **30 %** indique que la campagne a généré une demande accrue pour les produits de Miam Miam Food.
 2. **ROI** : Un ROI de **100 %** montre une excellente gestion des ressources publicitaires.
 3. **Taux de Conversion** : Bien que **5 %** soit acceptable, il peut être optimisé en améliorant le parcours client.
 4. **Taux d’Engagement** : Un bon taux de **12 %** prouve que la stratégie de contenu sur les réseaux sociaux est efficace.
 5. **NPS** : Avec un score de **40**, la majorité des clients recommanderaient l’entreprise, mais une réduction des détracteurs renforcerait encore cette dynamique.
 6. **Taux de Rétention** : Avec **80 %**, la fidélisation est solide, mais il est important de travailler sur les **20 %** de clients perdus pour réduire le churn.
-

2. Diagnostic

Indicateurs Performants

1. **Chiffre d’Affaires (+30 %)** : Cette croissance témoigne de l’efficacité globale de la campagne, qui a réussi à générer plus de ventes.
2. **Taux de Rétention (80 %)** : Une fidélisation solide indique que la majorité des clients restent engagés, ce qui reflète une satisfaction globalement positive.
3. Le **Taux d’Engagement** de 12 % sur les réseaux sociaux est également un bon résultat, témoignant d’une bonne interaction avec l’audience cible.

Points d'Amélioration

1. **Taux de Conversion (5 %)** : Ce taux peut être augmenté en optimisant le site web et en proposant des incitations à l'achat (promotions, offres limitées).
 2. **Net Promoter Score (40)** : Bien que positif, la réduction des détracteurs (20 %) est nécessaire pour améliorer la satisfaction client.
 3. **Taux de Rétention** : Les **20 % de clients perdus** doivent être récupérés par des efforts de fidélisation supplémentaires.
-

3. Décisions Stratégiques

a) Augmenter le Taux de Conversion

- Simplifier le processus d’achat sur le site et l’application.



- Mettre en avant des promotions pour inciter les visiteurs à commander.
- Ajouter des avis clients pour renforcer la confiance.

b) Améliorer la Satisfaction Client (NPS)

- Mettre en place un service client réactif pour résoudre les plaintes rapidement.
- Personnaliser l'expérience client avec des recommandations de produits adaptées à leurs habitudes d'achat.
- Organiser des enquêtes pour identifier les besoins et attentes des clients.

c) Fidéliser davantage les clients (Taux de Rétention)

- Lancer un programme de fidélité avec des récompenses pour les commandes répétées.
 - Offrir des réductions exclusives pour les clients réguliers.
 - Maintenir une communication régulière avec des offres personnalisées et des contenus engageants.
-