

Application 2. Action promotionnelle

L'entreprise Photoprint est spécialisée dans la vente de calendriers photos en ligne. À l'approche des fêtes de fin d'année, elle décide de réaliser comme elle le fait parfois une opération de vente promotionnelle sur les calendriers grande taille (28 x 37 cm). Vendus habituellement 21,65 € HT, ces calendriers sont proposés au prix promotionnel de 19,23 € HT (1 seul calendrier par commande).

Lors des dernières opérations de même nature, le taux de marque était de 60 %.

L'entreprise décide également de prendre à sa charge les frais d'expédition et de conditionnement des calendriers vendus qui s'élèvent à 3 € HT l'unité.

Pour informer ses clients de cette opération promotionnelle, Photoprint va procéder par envoi de 8 000 lettres de publipostage contenant une brochure publicitaire. Elle s'adresse pour cela à la société Papermailing.com qui lui fournit le devis suivant :

Prix total de ma campagne

Ma simulation de campagne : 8000 exemplaires

Contenant (enveloppe : env. blanche quadri sans fenêtre 11,4x22,9 (réf 13997))	8000 ex.	424,39 € HT
Dépliant 1 : a4 plié 10*21 3 volets 135grs couché dm quadri recto/verso	8000 ex.	361,95 € HT
Mise sous pli (1 doc.)	8000 ex.	252,28 € HT
Tri postal	8000 ex.	108,93 € HT
Impression destinataire sur enveloppe	8000 ex.	84,92 € HT
Destineo intégrale md 7 dépôt j+7	8000 ex.	2 656,00 € HT
Sous total mailing avec affranchissement ① (soit 0,49 € HT/exemplaire)		3 888,47 € HT

D'après une étude de l'association Direct Mail Association (DMA), **65 % des consommateurs ont acheté au moins une fois un produit qui leur avait été présenté par publipostage. Le taux de réponse (ou taux de retour) moyen à des campagnes par courrier postal est de 4,4 %**, taux bien supérieur à celui constaté par e-mailing qui est de **0,12 %**.

À l'aide d'un tableur :

1. Calculez la marge sur cout variable unitaire.
2. Calculez le nombre de commandes nécessaires pour que l'opération soit rentabilisée.
3. Calculez le taux de retour correspondant à ce nombre de commandes minimum.
4. Concluez sur l'opportunité de lancer cette opération.