

Annexe : Toutes les formules de calculs indicateurs de performances du BTS NDRC E5A (partie 1)

Dans le cadre de la gestion de la relation client et de la digitalisation E5A, les [indicateurs de performance](#) sont essentiels pour mesurer l'efficacité des actions commerciales et marketing. Nous allons apprendre à calculer 3 types d'indicateurs fréquemment utilisés :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

1. Le taux (conversion, clic, rebond, etc.)
2. Le pourcentage d'évolution (exemple : évolution du trafic d'un site web entre 2023 et 2024)
3. La proportion ou le pourcentage via le produit en croix

1. Calculer un taux (conversion, clic ou rebond)

Formule Générale :

$$\text{Taux} = \left(\frac{\text{Valeur observée}}{\text{Valeur de référence}} \right) \times 100$$

Un taux s'exprime toujours en pourcentage (%) et permet de mesurer l'efficacité d'une action.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Exemples courants :

✅ Taux de conversion :

Il mesure le pourcentage de visiteurs ayant effectué une action spécifique (achat, inscription, etc.).

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de conversion} = \left(\frac{\text{Nombre de conversions}}{\text{Nombre total de visiteurs}} \right) \times 100$$

Exemple :

Un site e-commerce reçoit **5 000 visiteurs** en un mois. Parmi eux, **250 achètent un produit**.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de conversion} = \left(\frac{250}{5000} \right) \times 100 = 5\%$$

Interprétation : 5% des visiteurs ont réalisé un achat.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

 Taux de clic (CTR – Click Through Rate) :

Mesure le pourcentage de personnes ayant cliqué sur une annonce ou un email par rapport au nombre total de personnes l'ayant vue.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de clic} = \left(\frac{\text{Nombre de clics}}{\text{Nombre d'impressions}} \right) \times 100$$

Exemple :

Une publicité en ligne a été affichée **20 000 fois** et a généré **600 clics**.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de clic} = \left(\frac{600}{20000} \right) \times 100 = 3\%$$

Interprétation : 3% des personnes exposées à la publicité ont cliqué dessus.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

✓ Taux de rebond :

Mesure le pourcentage de visiteurs quittant un site après avoir consulté une seule page, sans interaction supplémentaire.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de rebond} = \left(\frac{\text{Nombre de sessions avec une seule page vue}}{\text{Nombre total de sessions}} \right) \times 100$$

Exemple :

Un site a enregistré 8 000 sessions au total, et 2 400 visiteurs sont repartis après une seule page vue.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$\text{Taux de rebond} = \left(\frac{2400}{8000} \right) \times 100 = 30\%$$

Interprétation : 30% des visiteurs quittent le site après une seule page.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

2. Calculer un pourcentage d'évolution (exemple : évolution du trafic d'un site en 2023 et 2024)

Formule Générale :

$$\text{Taux d'évolution} = \left(\frac{\text{Valeur d'arrivée} - \text{Valeur de départ}}{\text{Valeur de départ}} \right) \times 100$$

Ce calcul permet de mesurer l'évolution d'un indicateur entre deux périodes.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Exemple : Évolution du trafic d'un site web entre 2023 et 2024

- Trafic en 2023 : 120 000 visites
- Trafic en 2024 : 150 000 visites

$$\begin{aligned}\text{Taux d'évolution} &= \left(\frac{150000 - 120000}{120000} \right) \times 100 \\ &= \left(\frac{30000}{120000} \right) \times 100 \\ &= 25\%\end{aligned}$$

Interprétation : Le trafic du site a augmenté de 25% entre 2023 et 2024.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

⚠ Cas particulier : une baisse

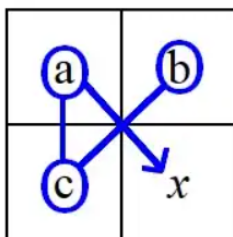
Si le trafic était passé de 120 000 à 100 000, la variation aurait été négative :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

3. Calculer une proportion ou un pourcentage via le produit en croix

Le produit en croix permet de résoudre facilement des problèmes de proportionnalité.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)



Cas 1 : Trouver un pourcentage inconnu

Exemple : Une entreprise réalise **300 ventes** sur un total de **1 200 visiteurs**. Quel est le pourcentage de conversion ?

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Méthode avec le produit en croix :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Visiteurs	Ventes	Pourcentage
1 200	300	X%

$$X = \left(\frac{300 \times 100}{1200} \right)$$

$$X = 25\%$$

Interprétation : 25% des visiteurs ont acheté un produit.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Cas 2 : Trouver une valeur inconnue

Exemple : Une entreprise prévoit que **40%** de ses **2 500 visiteurs** vont s'inscrire à sa newsletter. Combien d'inscriptions cela représente-t-il ?

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Méthode avec le produit en croix :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Total visiteurs	Inscrits	Pourcentage
2 500	X	40%

$$X = \left(\frac{40 \times 2500}{100} \right)$$

$$X = 1000$$

Interprétation : On prévoit 1 000 inscriptions.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Cas 3 : Trouver une valeur inconnue avec trois valeurs connues

Ce cas est utile lorsqu'on connaît **trois valeurs** dans une proportion et que l'on doit trouver la **quatrième**.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Exemple : Calcul du stock nécessaire

Une boutique sait que pour **500 commandes**, elle doit avoir un stock de **1 250 unités** de produit. Elle prévoit une augmentation des ventes et estime qu'elle recevra **800 commandes**. **Combien d'unités doit-elle stocker ?**

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Méthode avec le produit en croix :

Commencez par placer les valeurs connues selon leur type (ici les commandes et le stock nécessaire) :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Commandes	Stock nécessaire
500	1 250
800	X

Puis, on applique alors la formule du produit en croix (800 croise X 1250, divisé / par 500 ce qui me donne X) :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

$$X = (800 \times 1250) / 500$$

$$X = 2000$$

Interprétation :

Pour **800 commandes**, la boutique doit donc prévoir **2 000 unités** en stock.

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Ce cas est utile dans de nombreuses situations :

- ✓ **Gestion des stocks** (comme ici)
- ✓ **Prévision des ventes** en fonction d'une tendance
- ✓ **Répartition de budget ou ressources** (exemple : si une publicité génère X clics pour un budget donné, combien de clics pour un budget plus élevé ?)

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Conclusion et Application Pratique

✓ Pourquoi ces calculs sont importants en BTS NDRC ?

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

- Mesurer et optimiser les performances commerciales et digitales
- Analyser l'efficacité des actions marketing
- Ajuster les stratégies en fonction des résultats

✚ Exercices d'application :

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

1. Une entreprise envoie 10 000 emails et reçoit 700 clics. Quel est le taux de clic ?
2. Une boutique en ligne passe de 5 500 à 7 150 clients en un an. Quel est le pourcentage d'évolution ?
3. Un site e-commerce a un taux de conversion de 8%. Sur 12 000 visiteurs, combien d'achats sont réalisés ?

💡 **Astuce** : Ces formules sont essentielles en **gestion de la relation client et digitalisation**. Retenez-les bien, car elles vous serviront aussi bien en entreprise que lors des examens ! 🎯

Voir la suite : [Calculs essentiels partie 2 \(CA, Marge, CLV, NPS\)](#)

Fiche de révision Formules de calcul clés

FORMULES DE CALCUL CLÉS - BTS NDRC E5A

Relation Client à Distance et Digitalisation



PERFORMANCE COMMERCIALE & RENTABILITÉ

Marge Commerciale (Brute) = Prix Vente HT - Coût Achat HT

Taux de Marque (%) = (Marge / Prix Vente HT) x 100

Taux de Marge (%) = (Marge / Coût Achat HT) x 100

Coefficient Multiplicateur = PV TTC / PA HT

Seuil de Rentabilité (SR) = Charges Fixes / Taux de Marge sur Coût Variable

Évaluer la rentabilité produit/service.



PERFORMANCE DIGITALE & PROSPECTION

Taux de Clic (CTR %) = (Nb Clics / Nb Affichages) x 100

Taux de Transformation (%) = (Nb Ventes (ou leads) / Trafic total) x 100

Taux de Rebond (%) = (Visites 1 page / Total visites) x 100

Coût Acquisition Client (CAC) = Coût total campagne / Nb nouveaux clients

Taux d'Évolution (%) = ((Valeur Finale - Valeur Initiale) / Valeur Initiale) x 100

Mesurer l'efficacité des actions digitales.



VALEUR & FIDÉLISATION CLIENT

Valeur Vie Client (CLV) estimation = (Panier Moy. x Fréquence x Durée relation) - Coûts

NPS (Net Promoter Score) = % Promoteurs (9-10) - % Détracteurs (0-6)

CSAT (Score de Satisfaction) = (% Clients satisfaits (notes 4-5))

Taux d'Attrition (Churn %) = (Clients perdus / Clients total début période) x 100

Piloter la satisfaction et la fidélité.

Basé sur les ressources de cours-ndrc.fr | Outil de révision pour l'épreuve E5A | Format Vertical 3:4

Questions fréquentes (FAQ)

Comment calculer un taux de conversion ?

Taux de conversion = (Nombre de conversions / Nombre total de visiteurs) × 100. Par exemple, 50 ventes pour 2000 visiteurs = 2,5% de taux de conversion. Ce KPI mesure l'efficacité de votre site à transformer les visiteurs en clients.

Qu'est-ce que le taux de rebond et comment l'interpréter ?

Le taux de rebond est le pourcentage de visiteurs qui quittent le site après avoir vu une seule page. Un taux élevé (>70%) peut indiquer un contenu non pertinent ou une mauvaise expérience utilisateur. Pour un blog, 40-60% est acceptable.

Comment calculer une évolution en pourcentage ?

Évolution (%) = ((Valeur finale - Valeur initiale) / Valeur initiale) × 100. Exemple : CA passe de 10 000€ à 12 000€.

Évolution = ((12000-10000)/10000) × 100 = +20%. Un résultat négatif indique une baisse.

Quelle est la différence entre taux de marge et taux de marque ?

Le taux de marge = (Marge / Prix d'achat HT) × 100. Le taux de marque = (Marge / Prix de vente HT) × 100. Le taux de marge est calculé sur le coût, le taux de marque sur le prix de vente. Ils donnent des perspectives différentes de la rentabilité.