

Annexe : Calculs Essentiels en BTS NDRC : CA, Marge, Taux Marque, Seuil, CLV, NPS (partie 2)

✦ Que vous soyez en première ou en deuxième année de BTS NDRC, il est essentiel de maîtriser certains calculs fondamentaux pour analyser les performances commerciales et optimiser la gestion de la relation client.

Après les [calculs essentiels sur les taux](#), nous allons voir dans cet article les principaux calculs à connaître pour l'épreuve E5A (Relation client et négociation-vente), avec des **formules claires et des exemples concrets**.

◆ 1. Calcul du Chiffre d'Affaires (CA)

Le chiffre d'affaires représente le montant total des ventes réalisées.

💡 Formule :

$$CA = \text{Prix de vente unitaire} \times \text{Quantité vendue}$$

✅ Exemple :

Un commercial vend **200 abonnements** à **29,99 €** chacun.

$$CA = 200 \times 29,99 = 5998€$$

✦ Pourquoi c'est utile ? Pour suivre et fixer des objectifs commerciaux.

◆ 2. Calcul de la Marge (Brute et Nette)

La marge permet de mesurer la rentabilité des ventes.

💡 Formules :

◆ Marge brute :

$$\text{Marge brute} = CA - \text{Coût d'achat}$$

◆ Marge nette (bénéfice) :

$$\text{Marge nette} = \text{Marge brute} - \text{Frais fixes et variables}$$

✅ Exemple :

Un produit est vendu **150 €**, avec un coût d'achat de **90 €**.

$$\text{Marge brute} = 150 - 90 = 60€$$

✦ Pourquoi c'est utile ? Pour savoir si une vente est rentable et ajuster sa politique tarifaire.

◆ 3. Calcul du Taux de Marge et du Taux de Marque

Ces taux permettent d'évaluer la rentabilité d'un produit ou service.

💡 Formules :

◆ **Taux de marge** (par rapport au coût d'achat) :

$$\text{Taux de marge} = \left(\frac{\text{Marge brute}}{\text{Coût d'achat}} \right) \times 100$$

◆ **Taux de marque** (par rapport au prix de vente) :

$$\text{Taux de marque} = \left(\frac{\text{Marge brute}}{\text{CA}} \right) \times 100$$

✅ Exemple :

Un produit est vendu **200 €**, avec un coût d'achat de **140 €**.

$$\text{Marge brute} = 200 - 140 = 60\text{€}$$

$$\text{Taux de marge} = \left(\frac{60}{140} \right) \times 100 = 42,86\%$$

$$\text{Taux de marque} = \left(\frac{60}{200} \right) \times 100 = 30\%$$

✦ **Pourquoi c'est utile ?** Pour comparer les performances de différents produits.

◆ 4. Calcul du Seuil de Rentabilité

Le seuil de rentabilité est le **CA minimum à atteindre pour couvrir les coûts**.

💡 Formule :

$$\text{Seuil de rentabilité} = \frac{\text{Charges fixes}}{\text{Taux de marge sur coût variable}}$$

✅ Exemple :

Une entreprise a **50 000 €** de charges fixes et un **taux de marge de 40%**.

$$\text{Seuil de rentabilité} = \frac{50000}{0,4} = 125000\text{€}$$

✦ **Pourquoi c'est utile ?** Pour fixer des objectifs de vente réalistes.

◆ 5. Calcul du Taux de Conversion

Le taux de conversion mesure l'efficacité d'une action commerciale (ventes, inscriptions, demandes de devis...).

💡 Formule :

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

✅ Exemple :

Un site e-commerce reçoit **10 000 visiteurs** et réalise **500 ventes**.

$$\text{Taux de conversion} = \left(\frac{500}{10000} \right) \times 100 = 5\%$$

✳️ Pourquoi c'est utile ? Pour mesurer l'efficacité d'un site ou d'une action marketing.

◆ 6. Calcul de la Valeur Vie Client (CLV – Customer Lifetime Value)

La CLV permet d'estimer combien un client rapportera à l'entreprise sur toute sa durée de relation.

💡 Formule simplifiée :

$$\text{CLV} = \text{Dépense moyenne} \times \text{Fréquence d'achat} \times \text{Durée de relation}$$

✅ Exemple :

Un client dépense **50 €** par mois pendant **3 ans**.

$$\text{CLV} = 50 \times 12 \times 3 = 1800\text{€}$$

✳️ Pourquoi c'est utile ? Pour investir dans la fidélisation des clients rentables.

◆ 7. Calcul du Net Promoter Score (NPS – Satisfaction Client)

Le NPS permet de mesurer la satisfaction et la fidélité des clients.

💡 Formule :

$$\text{NPS} = \% \text{Promoteurs} - \% \text{Détracteurs}$$

✅ Exemple :

- 50% de promoteurs
- 20% de détracteurs

$$\text{NPS} = 50 - 20 = 30$$

✳️ Pourquoi c'est utile ? Pour ajuster la relation client et améliorer la satisfaction.

🎯 Conclusion : Pourquoi ces calculs sont-ils indispensables en BTS NDRC ?

En tant que futur(e) négociateur(trice) et chargé(e) de relation client, vous devez **analyser et piloter votre activité commerciale**. Ces calculs vous aideront à :

- ✅ Fixer des objectifs de vente réalistes 📈
- ✅ Améliorer la rentabilité des offres 💰
- ✅ Fidéliser et maximiser la satisfaction des clients 🤝
- ✅ Optimiser vos actions marketing 🎯

💡 Exercices à faire :

1. Un produit est vendu 120 €, avec un coût d'achat de 75 €. Calculez la marge brute, le taux de marge et le taux de marque.
2. Une entreprise a un CA de 300 000 € avec 180 000 € de charges. Déterminez son seuil de rentabilité si le taux de marge est de 60%.
3. Un client dépense 80 € tous les trimestres pendant 4 ans. Quelle est sa CLV ?

Voici une **explication illustrée** sous forme de **schéma pédagogique** pour bien faire comprendre à vos étudiants la différence entre **taux de marge** et **taux de marque**, deux indicateurs fondamentaux de la rentabilité commerciale.



BONUS : Comparaison entre taux de marge et taux de marque



Situation de départ :

- Prix d'achat HT : 45 €
- Frais de stockage : 2 €
- Coût total : 47 €
- Prix de vente HT : 90 €
- Marge commerciale : $90 - 47 = 43$ €



Visualisation simplifiée :

Élément	Calcul	Résultat
Marge commerciale	$90 - 47$	43 €
Taux de marge	$43 \div 47 \times 100$	$\approx 91,5 \%$
Taux de marque	$43 \div 90 \times 100$	$\approx 47,8 \%$



Mémo :

 Indicateur	 Définition	 Utilisation
Taux de marge	Part de la marge par rapport au coût d'achat	Pour analyser la rentabilité des achats
Taux de marque	Part de la marge par rapport au prix de vente	Pour fixer un prix cohérent et rentable



Astuce pédagogique :

- **Taux de marge** : « Combien je gagne par rapport à ce que je paie. »
- **Taux de marque** : « Quelle part de ce que je vends est du bénéfice. »