L'effort client au retrait des commandes en ligne d'Altitude Sports

Depuis le printemps 2026, les clients d'Altitude Sports, magasin de sport de Gap, peuvent commander sur le site et retirer leur commande au magasin. Après chaque retrait, un SMS leur pose deux questions : « Avez-vous retiré facilement votre commande ? », de 1 (très facile) à 5 (très difficile), et « Êtes-vous satisfait du retrait ? », de 1 (pas du tout satisfait) à 5 (très satisfait). M. Roux, le gérant, analyse les réponses reçues d'avril à septembre 2026 (documents 1 et 2) ; il s'est fixé pour objectif qu'au plus 10 % des répondants jugent le retrait difficile (notes 4 et 5).

Calculez les indicateurs de l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : réponses à l'enquête d'avril à septembre 2026

Note d'effort	Nombre de réponses
1 (très facile)	118
2	104
3	72
4	52
5 (très difficile)	34
Total des répondants	**380**

Commandes retirées au magasin d'avril à septembre : 1 520. Clients satisfaits ou très satisfaits du retrait (notes 4 et 5 à la seconde question) : 266.

Document 2 : motif principal cité par les 86 clients qui ont jugé le retrait difficile

Motif	Clients
Attente au comptoir : un seul vendeur pour la caisse et les retraits	38
Commande annoncée prête par SMS, mais introuvable ou incomplète	27
Horaires de retrait trop limités	13
Stationnement difficile devant le magasin	8
Total	**86**

Annexe 1 (pourcentages à une décimale, CES à deux décimales)

Question	Réponse
Taux de réponse à l'enquête (%)	
Score d'effort client, CES (sur 5)	
Part des répondants qui ont jugé le retrait difficile, notes 4 et 5 (%)	
Taux de satisfaction du retrait, CSAT (%)	
Part des deux premiers motifs dans les retraits jugés difficiles (%)	
Baisse minimale du nombre de retraits jugés difficiles pour atteindre l'objectif, à 380 répondants	

Questions d'analyse

Pour réduire l'effort au retrait, l'action à mener en priorité est :

☐ Offrir un bon de 5 € à chaque client qui a dû attendre au comptoir, pour compenser la gêne et l'inciter à revenir commander
☐ Ouvrir le retrait des commandes le dimanche et allonger les horaires en semaine, pour que chaque client trouve un créneau
☐ Créer un point de retrait distinct de la caisse et n'envoyer le SMS « commande prête » qu'après avoir vérifié que la commande est complète

Justification :

Pour vérifier en novembre que les actions ont réduit l'effort, M. Roux suit en priorité :

☐ Le CES et la part des notes 4 et 5, mesurés à chaud après chaque retrait avec la même question qu'au premier relevé
☐ Le nombre d'avis publiés en ligne et leur note moyenne, relevés chaque semaine sur la fiche d'établissement du magasin
☐ Le NPS du magasin et la part des promoteurs, mesurés une fois par an auprès de l'ensemble des clients

Justification :

Avec un CES de 2,42 sur 5 et une CSAT de 70,0 %, M. Roux conclut que le retrait fonctionne bien. Qu'en pensez-vous ?

☐ Il a raison : un CES de 2,42, inférieur au milieu de l'échelle, et 70,0 % de clients satisfaits montrent que le retrait est facile
☐ La moyenne cache 86 clients, près d'un répondant sur quatre, qui ont jugé le retrait difficile : il faut suivre aussi la part des notes 4 et 5 et lire les motifs
☐ Il faut ignorer ces résultats : seuls 380 clients sur 1 520, un sur quatre, ont répondu, l'enquête n'est donc pas représentative

Justification :