Le levier prioritaire d'un vendeur du rayon cycles d'Altitude Sports

Mathis est vendeur au rayon cycles d'Altitude Sports, à Gap, depuis le printemps 2026. Avant son entretien mensuel, son responsable, M. Garcin, compare ses résultats de septembre (document 1) à la moyenne du rayon (document 2) pour choisir avec lui le levier à travailler en priorité, puis construit son objectif d'octobre (document 3).

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

Document 1 : résultats de Mathis en septembre 2026

Indicateur	Valeur
Clients pris en charge (contacts)	310
Ventes conclues (tickets de caisse)	76
Articles vendus	146
Chiffre d'affaires hors taxes	27 512 €

Document 2 : moyenne du rayon cycles en septembre 2026

Indicateur	Moyenne du rayon
Taux de transformation	30,0 %
Panier moyen hors taxes	333 €
Indice de vente	2,09 articles par vente

Document 3 : prévisions pour octobre 2026

La haute saison du vélo, d'avril à août, est passée : M. Garcin prévoit 300 contacts pour Mathis en octobre. Ils fixent ensemble un taux de transformation visé de 27 %, première étape vers la moyenne du rayon, et un panier moyen hors taxes visé de 360 €.

Annexe 1 (pourcentages à une décimale, montants et indice de vente à deux décimales)

Question	Réponse
Taux de transformation de Mathis en septembre (%)	
Panier moyen hors taxes de Mathis (€)	
Indice de vente de Mathis (articles par vente)	
Ventes supplémentaires si Mathis atteignait le taux de transformation du rayon, à contacts égaux	
Chiffre d'affaires hors taxes supplémentaire correspondant, au panier moyen de Mathis (€)	
Nombre de ventes visé en octobre	
Objectif de chiffre d'affaires hors taxes d'octobre (€)	

Questions d'analyse

Au vu de ces résultats, quel levier Mathis doit-il travailler en priorité ?

☐ La montée en gamme : vélos mieux équipés et options, pour porter son panier moyen au-delà de 362 €
☐ La vente complémentaire : antivols, casques et entretien, pour rapprocher son indice de vente de celui du rayon
☐ La transformation des contacts en ventes : découverte des besoins, argumentation et conclusion

Justification :

Lina, qui travaille tous les samedis, a pris en charge 430 clients en septembre et réalise le plus gros chiffre d'affaires du rayon. M. Garcin en conclut qu'elle est la meilleure vendeuse. Qu'en pensez-vous ?

☐ La conclusion est hâtive : Lina rencontre plus de clients ; il faut comparer des indicateurs qui ne dépendent pas du nombre de contacts (taux de transformation, panier moyen, indice de vente)
☐ Il a raison, à condition de comparer des chiffres d'affaires hors taxes : la TVA collectée est reversée à l'État, et le chiffre d'affaires HT de chaque vendeur mesure alors fidèlement la qualité de son travail
☐ Il a raison : le chiffre d'affaires résulte du nombre de contacts, du taux de transformation et du panier moyen ; il suffit donc à désigner la meilleure vendeuse du rayon

Justification :

Quel objectif M. Garcin et Mathis retiennent-ils pour octobre ?

☐ « Vendre davantage de vélos et d'accessoires en octobre, avec un point chaque samedi sur les ventes de la semaine »
☐ « Porter le taux de transformation de 24,5 % à 27 % en octobre, avec un point chaque samedi sur le réalisé et l'écart »
☐ « Atteindre 40 % de taux de transformation dès la première semaine d'octobre, avec un point chaque samedi sur le réalisé et l'écart »

Justification :