

Les indices d'attractivité des zones du magasin

Un samedi de mars, une étude par comptage a suivi 1 200 clients dans Vert'Sud : pour chaque zone, le nombre de clients passés, le nombre de clients qui se sont arrêtés et le nombre de clients qui ont acheté (document 1). Vous calculez les indices de chaque zone pour repérer les zones chaudes et froides.

Document 1 : comptage du samedi 14 mars 2026 (1 200 clients suivis)

Zone	Clients passés	Clients arrêtés	Clients acheteurs
Entrée et végétaux de saison	1 200	720	410
Animalerie	1 200	540	300
Jardin et outillage	1 200	480	190
Décoration (fond de magasin)	1 200	240	70

Document 2 : rappels

Indice	Calcul
Taux d'arrêt (attraction)	clients arrêtés ÷ clients passés
Taux d'achat	acheteurs ÷ clients arrêtés
Taux de transformation de la zone	acheteurs ÷ clients passés

Annexe 1 (arrondir les pourcentages à une décimale)

Question	Réponse
Taux d'arrêt de la zone entrée et végétaux (%)	_____
Taux d'achat (acheteurs ÷ clients arrêtés) de la zone entrée et végétaux (%)	_____
Taux d'arrêt de la décoration (%)	_____
Taux d'achat de la décoration (%)	_____
Taux de transformation global de la décoration (acheteurs ÷ passants) (%)	_____
Taux de transformation global de l'animalerie (%)	_____
Nombre d'acheteurs supplémentaires en décoration si son taux d'arrêt atteignait 40 % avec le même taux d'achat	_____

Questions d'analyse

La décoration, située au fond du magasin, est une zone froide. Pour la réchauffer, on peut :

- ☐ Y placer un produit d'appel ou une animation, améliorer la signalétique et l'éclairage, créer un parcours qui y mène
- ☐ Y mettre les produits les plus chers
- ☐ Réduire son éclairage pour créer une ambiance

Les zones chaudes sont généralement :

- ☐ L'entrée, les allées principales, les abords des caisses et les têtes de gondole
- ☐ Les angles et le fond du magasin
- ☐ Les réserves