

Le bilan de la « Fête des plantes » de Vert'Sud

La « Fête des plantes » (une semaine en mai, animations, promotions et communication) a été organisée avec des objectifs chiffrés (document 1). Le chiffre d'affaires de la même semaine l'an dernier, sans opération, était de 118 000 € HT ; celui de la semaine précédant l'opération, cette année, de 124 000 € HT. Le taux de marque du magasin est de 36 %.

Document 1 : objectifs et réalisations de la Fête des plantes

Indicateur	Objectif	Réalisé
Visiteurs	9 000	10 400
Tickets	3 600	3 950
Panier moyen HT	42,00 €	39,50 €
Chiffre d'affaires HT	151 200 €	156 025 €
Coût de l'opération	6 500 €	7 100 €

Document 2 : rappels

Notion	Calcul
Taux d'atteinte	$\text{réalisé} \div \text{objectif}$
Chiffre d'affaires supplémentaire	$\text{chiffre d'affaires de l'opération} - \text{chiffre d'affaires de la période témoin}$
Résultat de l'opération	$\text{chiffre d'affaires supplémentaire} \times \text{taux de marque} - \text{coût}$
ROI	$\text{résultat} \div \text{coût}$

Annexe 1 (arrondir les montants à deux décimales, les pourcentages à deux décimales)

Question	Réponse
Taux d'atteinte de l'objectif de visiteurs (%)	_____
Taux de transformation réalisé (tickets ÷ visiteurs) (%)	_____
Écart de chiffre d'affaires par rapport à l'objectif (€)	_____
Écart de panier moyen par rapport à l'objectif (€)	_____
Chiffre d'affaires supplémentaire par rapport à la semaine témoin de cette année (€)	_____
Marge supplémentaire générée (au taux de marque de 36 %) (€)	_____
Résultat de l'opération (marge supplémentaire – coût réel) (€)	_____
Retour sur investissement (résultat ÷ coût réel) (%)	_____
Dépassement du budget (%)	_____

Questions d'analyse

Le choix de la semaine témoin influence le bilan. La référence la plus prudente est :

- ☐ La semaine précédente de la même année (même contexte), en vérifiant avec la même semaine de l'an dernier
- ☐ Le meilleur mois de l'année
- ☐ La semaine de Noël

L'analyse des écarts montre un panier moyen inférieur à l'objectif. L'axe d'amélioration cohérent est :

- ☐ Travailler les ventes additionnelles (offres associées, conseils, cross-merchandising) pendant l'opération
- ☐ Réduire la communication pour avoir moins de visiteurs
- ☐ Supprimer les animations