

T

ABLEAU DE BORD OPERATIONNEL GECO CHIFFRÉ

Indicateurs	Mesures	Mai N	Avril N	Ecart
Activité	Taux de croissance du chiffre d'affaires	$(278\,640 - 267\,920) / 267\,920$ = + 4 %	+ 1,2 %	+ 2,8 %
Panier moyen		$278\,640 / 3\,900$ = 71,45 €	77 €	- 5,55 €
Cartes de fidélité	Nombre de cartes de fidélité distribuées / nombre de clients	$1\,170 / 3\,900$ = 30 %	42 %	- 12 %
Réductions commerciales	Taux de remise moyen	$(315\,400 * (1 - x)) = 278\,640$ x = 11,66 %	6,1 %	+ 5,56 %
Ventes de produits accessoires	Quantité de produits accessoires vendus / quantité de chaussures vendues	$944 / 4\,494 = 21 \%$	25,4 %	- 4,4 %
Satisfaction-clients	Score de satisfaction-clients	$357 / 420 = 85 \%$	81 %	+ 4 %
Effcience du marketing	Chiffre d'affaires mois M / dépenses marketing mois M-1	$278\,640 / 12\,600$ = coefficient de 22,11	Coeff. de 16,2	+ 5,91
Productivité des vendeurs	Chiffre d'affaires / nombre de vendeurs	$278\,640 / 8$ = 34 830 €	38 274 €	- 3 444 €
Consommation en énergie du magasin	Consommation énergie magasin / coût total du magasin	$3\,500 / 264\,709$ = 1,32 %	1,98 %	- 0,66 %
Masse salariale des vendeurs		27 300 €	23 200 €	+ 4 100 €
Pénurie	Nombre de références de chaussures en rupture / nombre de références de chaussures	$1\,584 / 7\,200$ = 22 %	8,3 %	+ 13,7 %
Profitabilité	Profit moyen par modèle vendu	$13\,931 / 4\,494$ = 3,1 €	3,6 €	- 0,5 €

C

OMMENTAIRES DU TABLEAU DE BORD OPERATIONNEL GECO

La croissance du chiffre d'affaires s'accélère en mai N.

Les effets de la campagne marketing d'avril sur les réseaux sociaux, sur les ventes de mai, ont été meilleurs que ceux de la campagne de mars sur les ventes d'avril. Le coefficient multiplicateur est passé de 16,2 à 22,11.

En mai, cette évolution favorable s'est accompagnée d'une progression du taux de satisfaction de la clientèle.

Cependant, le profit moyen par modèle vendu s'est réduit en mai.

Avec :

- Un panier moyen en baisse à 71,45 € contre 77 € en avril,
- Une augmentation du taux des remises commerciales qui a pesé sur les marges,
- Une moindre distribution des cartes de fidélité,
- Une baisse de la vente des produits accessoires en proportion des ventes de chaussures.

L'embauche d'un vendeur supplémentaire qui a accru la masse salariale n'est pas encore complètement efficiente avec une baisse de la productivité des vendeurs.

L'amélioration des conditions météorologiques en mai, qui a participé à l'amélioration des ventes, a probablement contribué également aux économies d'énergie (économies de chauffage).

Il faudra faire attention aux ruptures de stocks : le taux de pénurie est passé de 8,3 % à 22%.

Globalement, la progression du chiffre d'affaires s'est faite en partie au détriment des marges, ce qui a nuit à la rentabilité.