

Fiche ressource : Indices

1) Indice d'attractivité :

Il se calcule de la façon suivante :

$$\frac{\text{Indice d'achat}}{\text{Indice de passage}}$$

Avec

$$\text{Indice d'achat} = \frac{\text{Nombre de clients achetant en rayon}}{\text{Nombre de clients passant devant ce rayon}}$$

$$\text{Indice de passage} = \frac{\text{Nombre de clients passant devant le rayon}}{\text{Nombre de clients entrant dans le magasin (ou dans la zone étudiée)}}$$

2) Indice de sensibilité :

On peut en calculer 3 :

- IS à la marge ou indice de rendement
- IS au chiffre d'affaires ou indice de productivité
- IS au volume

Ils se calculent comme suit :

$$\frac{\% \text{ de marge ou } \% \text{ de CA ou } \% \text{ de volume (selon IS calculé)}}{\% \text{ de linéaire}}$$

Analyse :

- Si $IS > 1$: le produit est sous représenté, il faut augmenter le linéaire accordé.
- Si $IS < 1$: le produit est sur représenté, il faut diminuer le linéaire accordé.

	Indice de sensibilité à la MB > 1	Indice de sensibilité à la MB < 1
Indice de sensibilité au CA > 1	Le produit se vend bien et a une bonne marge. Il n'est cependant pas assez présent en linéaire, il faut augmenter le nombre de produits proposés.	Le produit se vend bien mais est peu rentable : ma marge est trop faible. Il peut s'agir d'un produit d'appel.
Indice de sensibilité au CA < 1	Le produit est rentable. Par contre, il se vend peu. Il faut pousser plus loin l'analyse pour en connaître la raison.	La marge et le chiffre d'affaires sont trop faibles. Il faut en analyser les raisons. Ensuite, il faudra peut-être diminuer le nombre de produits proposés.

NB : avant de modifier le linéaire, il faut analyser d'autres données. Il est possible que le produit soit souvent en **rupture de stock**. Le **balisage** est peut-être mauvais. Le produit n'est peut-être **pas situé à un endroit vendeur**, il faut alors voir s'il est possible de le changer de place. Cependant, l'emplacement en rayon peut faire l'objet de **négociations avec les fournisseurs** et il est alors impossible de modifier la place du produit. Il se peut aussi que les endroits les plus vendeurs soient réservés aux **produits à forte marge**.

On peut également calculer l'IS moyen si on dispose de 2 ou 3 des indices précités. Pour ce faire :

$$\frac{\text{IS au CA} + \text{IS à la marge} + \text{IS au volume}}{\text{Nombre d'IS}}$$

Pour calculer le nouveau linéaire, il suffit de faire :

$$\text{Ancien linéaire} \times \text{IS}$$

3) Indice des ventes :

$$\frac{\text{Quantités vendues}}{\text{Capacité linéaire}}$$

Analyse : si proche de 1 : il faut augmenter le linéaire.

4) Indice de rentabilité (IR) :

$$RL : \text{rentabilité} = \frac{RL \times \text{Coefficient de rotation}}{1000} \times \frac{\text{Chiffres vendus} \times \text{marge unitaire}}{\text{Linéaire en mètre}}$$

Analyse : si $IR > IR \text{ moyen}$: il faut augmenter le linéaire.

5) Indice de diffusion :

$$\frac{\text{Nombre d'acheteurs marque X}}{\text{Nombre total d'acheteurs du produit}}$$

6) Indice de consommation :

$$\frac{\text{Consommation moyenne des acheteurs marque X}}{\text{Consommation moyenne des acheteurs du produit}}$$

7) Indice de fidélité :

$$\frac{\text{Consommation marque X}}{\text{Consommation totale de produit par les acheteurs de X}}$$

8) Part de marché :

$$\text{Indice de diffusion} \times \text{indice de consommation} \times \text{indice de fidélité}$$

9) Indice de richesse vive :

Encore appelé « Indice Nicolas », du nom de son inventeur, il est publié chaque année sous le titre « Le Marché Français, Guide Proscop ».

Les deux éléments pris en compte sont :

- l'importance de la population,
- la richesse vive.

Lorsque l'on veut évaluer les possibilités de vente dans deux localités, il est logique de tenir compte, tout d'abord de l'importance relative des populations. Cet élément est désigné par la lettre « P ».

Il faut ensuite faire intervenir la notion de revenus disponibles, de richesse qui vit, c'est-à-dire, selon Paul Nicolas, les revenus qui ne sont ni thésaurisés, ni épargnés, ni affectés à des dépenses incompréhensibles. Cet élément, appelé « richesse vive » est désigné par la lettre « R ».

La consommation moyenne française est représentée par l'indice 100.

Pour chaque localité, l'indice R/P indique si la population est plus riche que la moyenne des français ($R/P > 1$), ou au contraire moins riche ($R/P < 1$). De plus, la valeur absolue des éléments « R » et « P » permet de classer les localités par ordre d'importance.