|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Révisions*** | C2 : Pôle Gérer | ***Ter******COM*** |
| Gérer | Formules de calculs |

*Cette liste de formules de calculs est non exhaustive*

***C’est à vous de la compléter au fur et à mesure***

|  |
| --- |
| **La gestion des stocks** |
| Produits en stock | Quantités en stock + Entrées (livraisons) – Sorties (Ventes) |
| Stock moyen mensuel | (Stock Initial + Stock Final) / 2 |
| Coefficient de rotation des stocks | (Quantités vendues ) / (Stock moyen)*Un coefficient élevé indique que le stock est souvent renouvelé.* |
| Durée de stockage annuelle | 360 / coefficient de rotation des stocks*C’est le nombre de jours moyen de vente couvert par son stock* |
| La loi de Pareto | Cette loi permet de vérifier que 20 % des références constituent 80 % de la valeur des stocks. |

|  |
| --- |
| **L’inventaire** |
| La démarque | Stock théorique – Stock physique*Si stock théorique est > au stock physique, il y a une démarque* |
| Taux de démarque | (Montant de la démarque / CA ) x 100 |
| La surmarque | CA théorique < CA réalisé |

|  |
| --- |
| **L’attractivité du point de vente** |
| Rendement d’un produit | (quantités vendues x marge unitaire ) / linéaire au mètre |
| Rentabilité d’un produit | (marge brute totale du produit) / (linéaire développé du produit) |
| Indice de sensibilité au chiffre d’affaires | (CA de la référence en % du CA total du rayon ) / (linéaire développé de la référence en % du linéaire total) |
| Indice de sensibilité à la marge | (Marge de la référence en % de la marge totale du rayon ) / (linéaire développé de la référence en % du linéaire total)*Ces indices doivent être aussi proches que possible de 1. Si l’indice est < à 1, la référence prend trop de place.* |
| Indice moyen | ( ISCA + IS MB) / 2*Si Indice moyen > à 1, on peut augmenter le linéaire* |
| Linéaire théorique | Indice de sensibilité x linéaire initialement accordé |
| Indice de passage | (nombre de clients passant dans le rayon ) / (nombre de clients entrant dans le magasin).*Il exprime le degré de fréquentation du rayon.* |
| Indice d’achat | (Nombre de clients achetant un produit du rayon) / (nombre de clients entrant dans le magasin)*Il exprime le degré d’appel du rayon.* |
| Indice d’attractivité | (Nombre de clients achetant un produit du rayon) / (Nombre de clients passant devant le rayon).*Il exprime la capacité du rayon à transformer un client passant devant un rayon en un acheteur.* |

|  |
| --- |
| **Les performances commerciales du point de vente** |
| Taux d’évolution | [ (N – N-1 ) / N-1] x 100 |
| Panier moyen en valeur | Chiffre d’affaires / Nombre de tickets (ou clients) |
| Panier moyen en quantité | Nombre d’articles vendus / Nombre de tickets (ou clients) |
| Taux de transformation | [ Nombre de tickets / (Trafic client\* /2)] x 100*Sur 100 clients qui entrent dans le magasin, combien achètent un produit ?**\* Le trafic client mesure, grâce aux bornes électroniques, les entrées et les sorties des clients.* |

|  |
| --- |
| **L’implantation des produits** |
| Le coefficient d’occupation des sols (COS) | Surface au sol des linéaires / Surface de vente totale*Plus le COS est bas, plus on réserve de l’espace pour al circulation des consommateurs. En hypermarché, le COS est entre 0,30 et 0,40.* |
| Linéaire au sol | Longueur des meubles de présentation d’un produit, d’un segment ou d’une famille en mètres linéaires. |
| Linéaire développé | Linéaire au sol x nombre de niveaux de présentation |
| Capacité de stockage pour un niveau | Nombre de produits en longueur x Nombre de produits en hauteur x Nombre de produits en profondeur |

|  |
| --- |
| **Les calculs commerciaux** |
| Prix de Vente TTCPV TTC | PV HT + montant TVAPA HT x Coefficient MultiplicateurPV HT x 1,taux TVA*Si taux TVA à 20 % 🡺 1,2**Si taux TVA à 10 % 🡺 1,1**Si taux de TVA à 5,5 % 🡺 1,055* |
| Montant TVA | PV HT x taux de TVA |
| Prix de Vente HTPV HT | PV TTC / 1,taux TVAPA HT / (1- taux de marque)*Exemple : si taux de marque est de 45 % 🡺 1-taux de marque = 1-0,45 soit 0,55*PA HT x (1 + taux de marge) |
| Marge  | PV HT – PAHTPA HT x taux de margePV HT x taux de marque |
| Prix d’achat HTPA HT | PV HT x (1 - taux de marque)PV HT / (1+ taux de marge)PV TTC / Coefficient Multiplicateur |
| Taux de marge | (Marge / PA HT) x 100 |
| Taux de marque | (Marge / PV HT ) x 100 |
| Coefficient multiplicateur | PV TCC / PA HT |