

DIAR RETAIL PERFORMANCE

CABINET DE CONSEIL EN EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE RETAIL

Les 25 Leviers

pour Augmenter la Rentabilité d'un Magasin Alimentaire

Guide pratique issu de 20 ans d'expérience terrain

+550 k€

de rentabilité
générée

8

magasins
redressés

4%→2%

réduction
démarque

20 ans

d'expérience
terrain

Sommaire

Ce guide structure 25 leviers concrets en 5 axes stratégiques pour transformer la performance de votre magasin alimentaire.

AXE 1	Leviers 1 à 5
Performance Commerciale	Page 3
AXE 2	Leviers 6 à 10
Maîtrise des Coûts et de la Marge	Page 4-5
AXE 3	Leviers 11 à 15
Excellence Opérationnelle	Page 6-7
AXE 4	Leviers 16 à 20
Management et Capital Humain	Page 8-9
AXE 5	Leviers 21 à 25
Pilotage et Outils de Décision	Page 10-11

Chaque levier est actionnable immédiatement.
Pas de théorie abstraite. Des actions concrètes issues de l'expérience terrain.

AXE 1

PERFORMANCE COMMERCIALE

1

Optimiser le CA au m²

Le CA au m² est l'indicateur roi du retail. Chaque mètre carré doit produire. Analysez les zones froides et chaudes, réimplantez les familles sous-performantes, et challengez l'allocation d'espace par rapport à la contribution marge.

- ✓ Cartographier les zones chaudes/froides du magasin
- ✓ Réallouer l'espace selon la contribution marge/m²
- ✓ Tester de nouvelles implantations sur 4 semaines

2

Augmenter le panier moyen

Chaque client qui entre est une opportunité. Le panier moyen se travaille par le merchandising, la vente additionnelle et la théâtralisation. Un gain de 1€ sur le panier moyen avec 500 clients/jour = +182 k€/an.

- ✓ Mettre en place des associations produits aux points stratégiques
- ✓ Former les équipes à la vente complémentaire
- ✓ Créer des offres lots/bundles attractives

3

Travailler le taux de transformation

Tous les visiteurs ne deviennent pas acheteurs. En alimentaire, le taux de transformation est élevé mais chaque point gagné compte. L'accueil, la disponibilité produit et la fluidité du parcours sont déterminants.

- ✓ Mesurer le trafic entrant vs tickets de caisse
- ✓ Réduire les ruptures en linéaire à moins de 3%
- ✓ Optimiser le parcours client et la signalétique

4

Développer les ventes produits frais

Les produits frais représentent jusqu'à 50% du CA en alimentaire et sont le premier critère de choix du magasin. Un rayon frais attractif génère du trafic, de la fidélité et de la marge. C'est le coeur du réacteur.

- ✓ Travailler la fraîcheur visuelle et la rotation
- ✓ Adapter les commandes à la saisonnalité
- ✓ Former les équipes aux techniques de vente en frais

AXE 1 — PERFORMANCE COMMERCIALE (suite)

5

Animer le commerce toute l'année

Un magasin sans animation commerciale est un magasin qui dort. Les temps forts, les dégustations, les mises en avant saisonnières créent du trafic et de l'impulsion d'achat. Planifiez 52 semaines d'animation.

- ✓ Créer un calendrier d'animation commercial annuel
 - ✓ Alternier promotions, dégustations et événements
 - ✓ Mesurer l'impact de chaque opération sur le CA
-

AXE 2

MAÎTRISE DES COÛTS ET DE LA MARGE

6

Réduire la démarque connue

La démarque connue (casse, périmés, rebuts) est souvent le premier poste de perte en alimentaire. Un magasin à 4% de démarque qui passe à 2% sur 3 M€ de CA récupère 60 000€ de marge nette. C'est de l'argent qui tombe directement en résultat.

- ✓ Mettre en place un suivi quotidien de la casse par rayon
- ✓ Adapter les quantités commandées aux ventes réelles
- ✓ Systématiser la démarque avant péremption (remise -30%)

7

Lutter contre la démarque inconnue

La démarque inconnue (vol, erreurs, écarts) représente en moyenne 1% du CA en alimentaire. 70% sont liés à des défauts de procédure interne. Former les équipes aux procédures et sécuriser les zones sensibles réduit ce poste de 30 à 50%.

- ✓ Auditer les procédures de réception et de caisse
- ✓ Former les équipes à la prévention des pertes
- ✓ Analyser les écarts d'inventaire par famille

8

Piloter la marge brute par rayon

Le taux de marge moyen masque les réalités. Un rayon peut faire 30% de marge et un autre 15%. Piloter rayon par rayon permet d'identifier les leviers de mix produit et de négociation fournisseur.

- ✓ Suivre la marge brute hebdomadaire par rayon
- ✓ Identifier les produits à marge négative ou faible
- ✓ Retravailler le mix marque nationale / MDD / premier prix

9

Optimiser les frais de personnel

Les frais de personnel représentent 10 à 14% du CA en alimentaire. L'enjeu n'est pas de couper dans les effectifs mais d'optimiser la productivité : être au bon endroit, au bon moment, avec les bonnes compétences.

- ✓ Analyser la productivité horaire par rayon
- ✓ Adapter les plannings au flux client réel
- ✓ Identifier les heures creuses et réaffecter les tâches

AXE 2 — MAÎTRISE DES COÛTS ET DE LA MARGE (suite)

10

Maîtriser les charges d'exploitation

Énergie, maintenance, consommables, prestataires : les charges fixes grimpent silencieusement. Un audit annuel des postes de charges permet de récupérer 1 à 3% du résultat.

- ✓ Auditer les contrats fournisseurs et prestataires
 - ✓ Optimiser la consommation énergétique (froid, éclairage)
 - ✓ Challenger les postes de dépenses récurrents
-

AXE 3

EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE

11

Fiabiliser l'approvisionnement

70% des ruptures en linéaire sont liées à la gestion du point de vente, pas au fournisseur. Un approvisionnement fiable, c'est des ventes en plus et de la démarque en moins. La clé : passer d'un flux subi à un flux piloté.

- ✓ Mettre en place des cadenciers de commande par rayon
- ✓ Analyser les causes de rupture hebdomadairement
- ✓ Paramétrer les seuils de réapprovisionnement automatique

12

Optimiser la gestion des stocks

Un stock trop élevé = de la trésorerie immobilisée et de la démarque future. Un stock trop bas = des ruptures et des ventes perdues. L'équilibre se pilote avec des indicateurs simples : couverture de stock, taux de rotation, stock dormant.

- ✓ Calculer la couverture de stock par famille
- ✓ Éliminer les stocks dormants (plus de 30 jours sans vente)
- ✓ Ajuster les fréquences de livraison

13

Standardiser les procédures opérationnelles

Sans standard, chaque collaborateur fait à sa manière. Les meilleurs résultats sont obtenus quand les bonnes pratiques sont documentées, partagées et contrôlées. C'est la base de l'excellence opérationnelle.

- ✓ Rédiger les procédures clés (ouverture, réception, caisse)
- ✓ Former chaque collaborateur aux standards
- ✓ Contrôler l'application par des audits terrain réguliers

14

Fluidifier le parcours client

Un client qui attend trop en caisse, qui ne trouve pas un produit ou qui voit un rayon vide part et ne revient pas. Le parcours client se travaille comme un flux industriel : on identifie les goulets d'étranglement et on les élimine.

- ✓ Analyser les temps d'attente en caisse aux heures de pointe
- ✓ Optimiser la signalétique et le balisage prix
- ✓ Maintenir un facing impeccable aux heures d'affluence

AXE 3 — EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE (suite)

15

Maîtriser la chaîne du froid et l'hygiène

La conformité hygiène n'est pas qu'une obligation réglementaire. C'est un levier de confiance client et de réduction de casse. Un rayon frais bien géré, c'est moins de retrait, moins de contrôle négatif et plus de fidélité.

- ✓ Mettre en place des relevés de température systématiques
 - ✓ Former les équipes HACCP et bonnes pratiques
 - ✓ Planifier les nettoyages et contrôler leur réalisation
-

AXE 4

MANAGEMENT ET CAPITAL HUMAIN

16

Former les managers à la lecture du compte d'exploitation

Un responsable de rayon qui ne comprend pas son compte d'exploitation ne peut pas piloter sa performance. La formation aux fondamentaux de gestion est le premier investissement rentable pour un magasin.

- ✓ Organiser des sessions de lecture CE mensuelles
- ✓ Transformer les chiffres en actions concrètes
- ✓ Responsabiliser chaque manager sur ses indicateurs

17

Installer des routines managériales

Le management ne se fait pas par à-coups. Les meilleurs magasins ont des rituels : briefing quotidien, tour de magasin, point hebdomadaire KPI, entretien mensuel. La régularité crée la performance.

- ✓ Briefing quotidien 10 minutes avant ouverture
- ✓ Tour de magasin structuré chaque matin
- ✓ Point KPI hebdomadaire avec chaque responsable

18

Développer l'autonomie des équipes

Un directeur qui fait tout lui-même est un directeur qui ne fait rien de stratégique. Déléguer, c'est former, responsabiliser et contrôler. Les équipes autonomes sont plus réactives et plus engagées.

- ✓ Définir des zones de responsabilité claires
- ✓ Former les adjoints à la prise de décision
- ✓ Mettre en place des indicateurs de suivi par poste

19

Réduire le turnover

Recruter et former coûte cher. Un turnover élevé dégrade la productivité, le service client et le moral. Investir dans les conditions de travail, la reconnaissance et l'évolution réduit les coûts cachés.

- ✓ Conduire des entretiens de fidélisation
- ✓ Créer des parcours d'évolution interne
- ✓ Reconnaître les performances individuelles et collectives

AXE 4 — MANAGEMENT ET CAPITAL HUMAIN (suite)

20

Construire une culture de la performance

La performance n'est pas un objectif ponctuel, c'est une culture. Afficher les résultats, célébrer les victoires, analyser les échecs : chaque collaborateur doit comprendre sa contribution au résultat global.

- ✓ Afficher les KPI dans l'espace équipe
 - ✓ Partager les résultats mensuels avec toute l'équipe
 - ✓ Créer des challenges collectifs motivants
-

AXE 5

PILOTAGE ET OUTILS DE DÉCISION

21

Mettre en place un tableau de bord quotidien

Ce qui ne se mesure pas ne s'améliore pas. Un tableau de bord quotidien avec 5 à 7 KPI essentiels permet de détecter les dérives avant qu'elles ne deviennent des problèmes. La réactivité, c'est la différence entre un magasin qui subit et un magasin qui pilote.

- ✓ CA, marge, panier moyen, taux de démarque, productivité
- ✓ Analyser les écarts vs objectif chaque matin
- ✓ Déclencher des actions correctives le jour même

22

Analyser le compte d'exploitation mensuellement

Le compte d'exploitation est la photographie économique du magasin. L'analyser chaque mois en profondeur permet d'identifier les tendances, les dérives et les opportunités avant qu'il ne soit trop tard.

- ✓ Comparer N vs N-1 et vs budget ligne par ligne
- ✓ Identifier les 3 postes de dérive prioritaires
- ✓ Construire un plan d'action correctif immédiat

23

Benchmarker ses performances

Se comparer aux meilleurs de son réseau ou de son marché révèle les potentiels cachés. Un magasin qui fait 2% de résultat quand la moyenne du réseau est à 4% a un potentiel de progression identifiable.

- ✓ Comparer ses KPI aux moyennes réseau/marché
- ✓ Identifier les écarts par rayon et par poste
- ✓ S'inspirer des meilleures pratiques des top performers

24

Planifier avec la méthode 30/60/90 jours

Les plans d'action qui fonctionnent sont ceux qui ont un horizon clair. 30 jours pour les urgences, 60 jours pour les transformations, 90 jours pour les fondations. Chaque action a un responsable et une date.

- ✓ Semaine 1 : identifier les 5 actions à impact immédiat
- ✓ Mois 1-2 : déployer les chantiers structurants
- ✓ Mois 3 : ancrer les nouvelles pratiques

AXE 5 — PILOTAGE ET OUTILS DE DÉCISION (suite)

25

Faire appel à un regard externe

Un oeil extérieur voit ce que l'habitude masque. Un diagnostic terrain réalisé par un expert identifie en 2 jours ce qu'un directeur ne voit plus après des mois. C'est l'investissement le plus rapide en retour.

- ✓ Réaliser un diagnostic performance complet
 - ✓ Identifier les quick wins à fort impact
 - ✓ Construire une feuille de route actionnable
-

Passez à l'action

Vous avez identifié des leviers applicables à votre magasin ?

Réservez votre diagnostic performance gratuit :
30 minutes d'échange pour analyser vos enjeux
et identifier vos priorités d'action.

DIAGNOSTIC GRATUIT

diar-retail-performance.fr

contact@diar-retail-performance.fr

Lotfi DIAR

Fondateur — DIAR Retail Performance
20 ans d'expérience en management opérationnel retail

"Je ne conseille pas depuis un bureau. Je transforme les plans d'action en résultats terrain. Ce guide contient les leviers que j'ai appliqués avec succès dans plus de 20 magasins alimentaires."