

# La clientèle de l'Unité Commerciale



# L'étude de la clientèle peut se faire sur le plan individuel (422-2) ou sur le plan global (422-1)

Sur le plan global il existe 3 approches :

- ▶ Étude géographique
- ▶ Étude socio-économique
- ▶ Etude structurelle

# Etude géographique de la clientèle

Il est important de suivre une méthode d'analyse



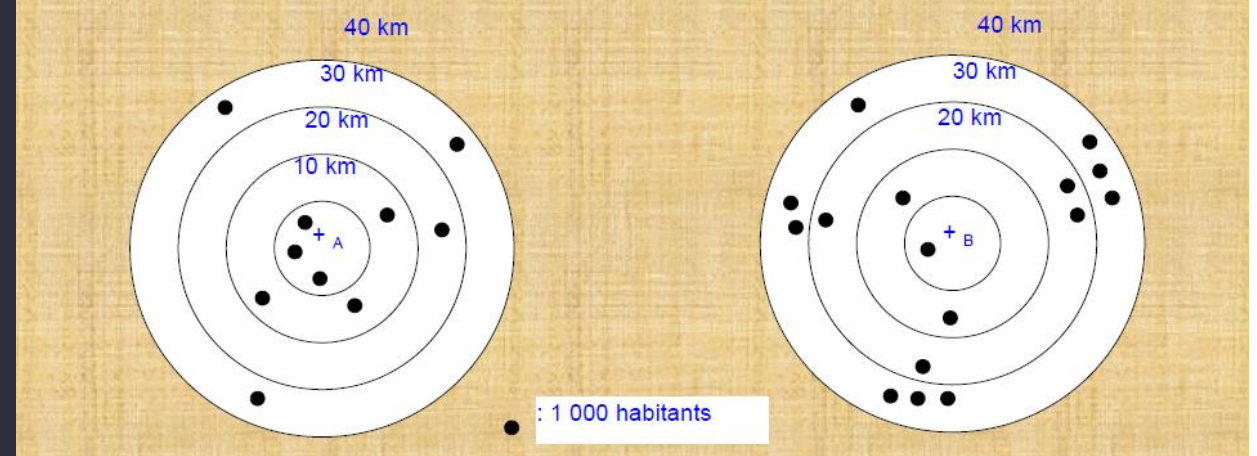
# I Analyse géographique de la clientèle GSA GSA

## La théorie : la loi de REILLY :

le consommateur fréquente le point de vente le plus proche (s'il offre évidemment le produit ou le service recherché !) de son domicile ou de son lieu de travail

Cette distance n'est pas forcément « géographique » : c'est plutôt le « coût » du déplacement qu'il faut prendre en compte

- Choix de localisation d'un **supermarché**: Quelle est l'**implantation** la plus **avantageuse** à partir de deux possibilités de localisation A et B :



# I Analyse géographique de la clientèle

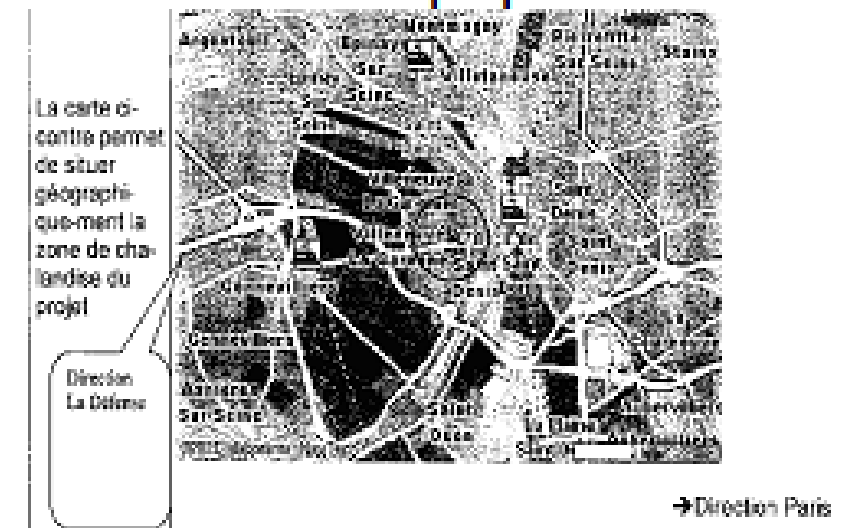
## La pratique :

### Première étape Analyse géographique

- Apprécier la valeur géographique de l'emplacement de l'UC (ou future UC) : d'après l'ordre des experts comptables l'emplacement géographique est **primordial**
- Repérer les points de vente de la concurrence

### Exemples :

- Voies d'accès, obstacles géographique, circulation, parking, densité de population...



# II Analyse zone de chalandise

## La théorie :

Trois facteurs principaux influencent la fréquentation d'un point de vente

La localisation  
(la proximité REILLY)

La concurrence  
(offre PPPP)

Le marché  
potentiel = les  
besoins de la pop  
de la zone



L'accessibilité

L'attractivité

# II Analyse zone de chalandise

En pratique :

- **Collecter** (questionnaires, cartes de fidélité, prélèvement au hasard dans le fichier des clients,...)
- **Stocker** (en BTS sur Excel)
- **Enrichir** ( à partir des données de l'INSEE , d'ODIL et des organismes professionnels)
- **Traiter** (en BTS sous Géoconcept, Google earth , Cartoo, Geoclip ou Géoportail)

# II Analyse zone de chalandise

## En pratique:

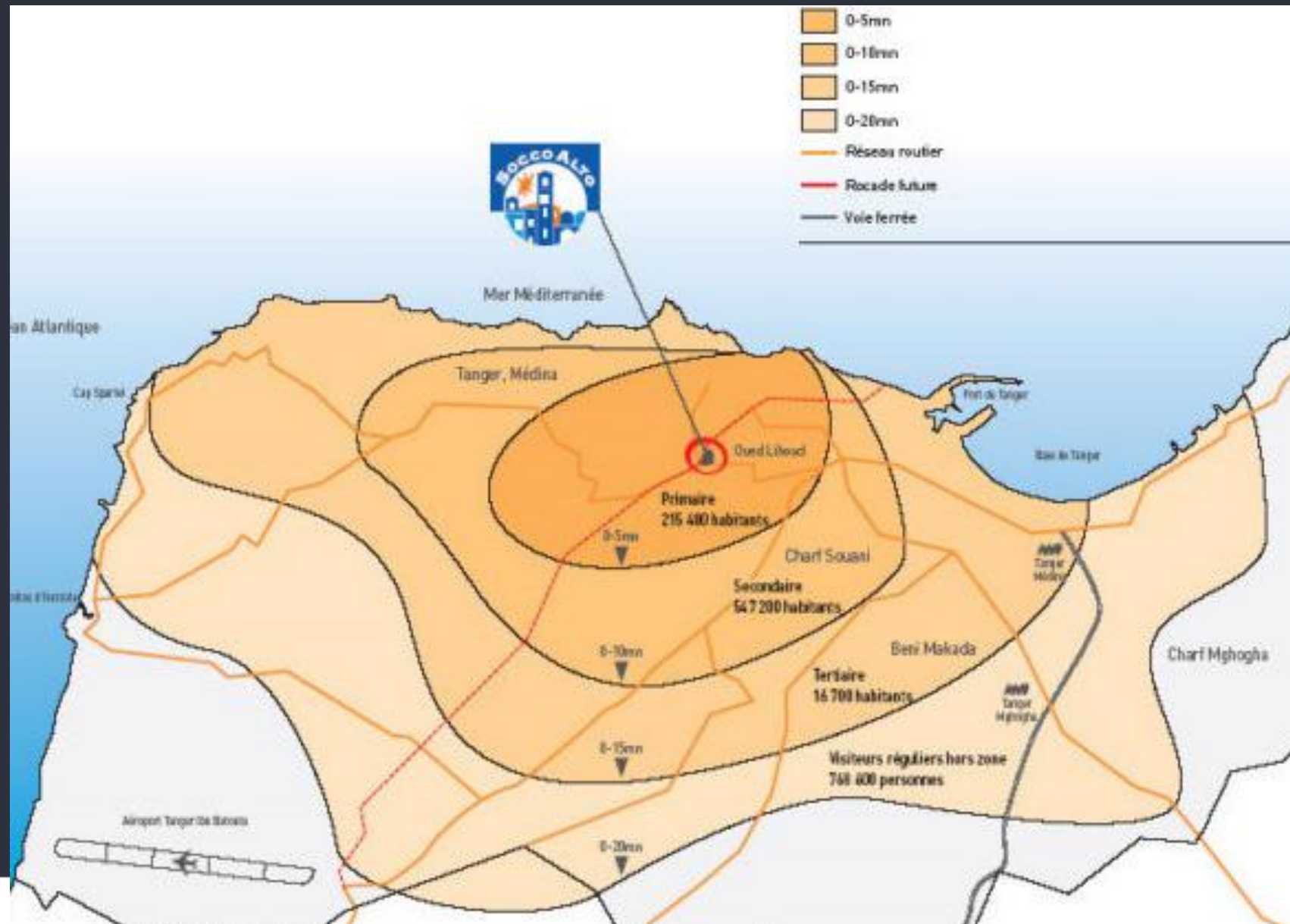
Il existe 3 grands types de zone de chalandise :

- une basée sur les informations fournies par la **clientèle (=chalands)**, par les cartes de fidélité. Informations telles que : le **nombre de clients**, les **dépenses**, le **panier moyen**, ...
- une basée sur le **temps** de parcours (zone isochrone)
- Une autre basée sur la **distance** (appelée zone d'isodistance ou zone isométrique, reconnaissable car de forme circulaire dans le cas d'une zone orthodromique)



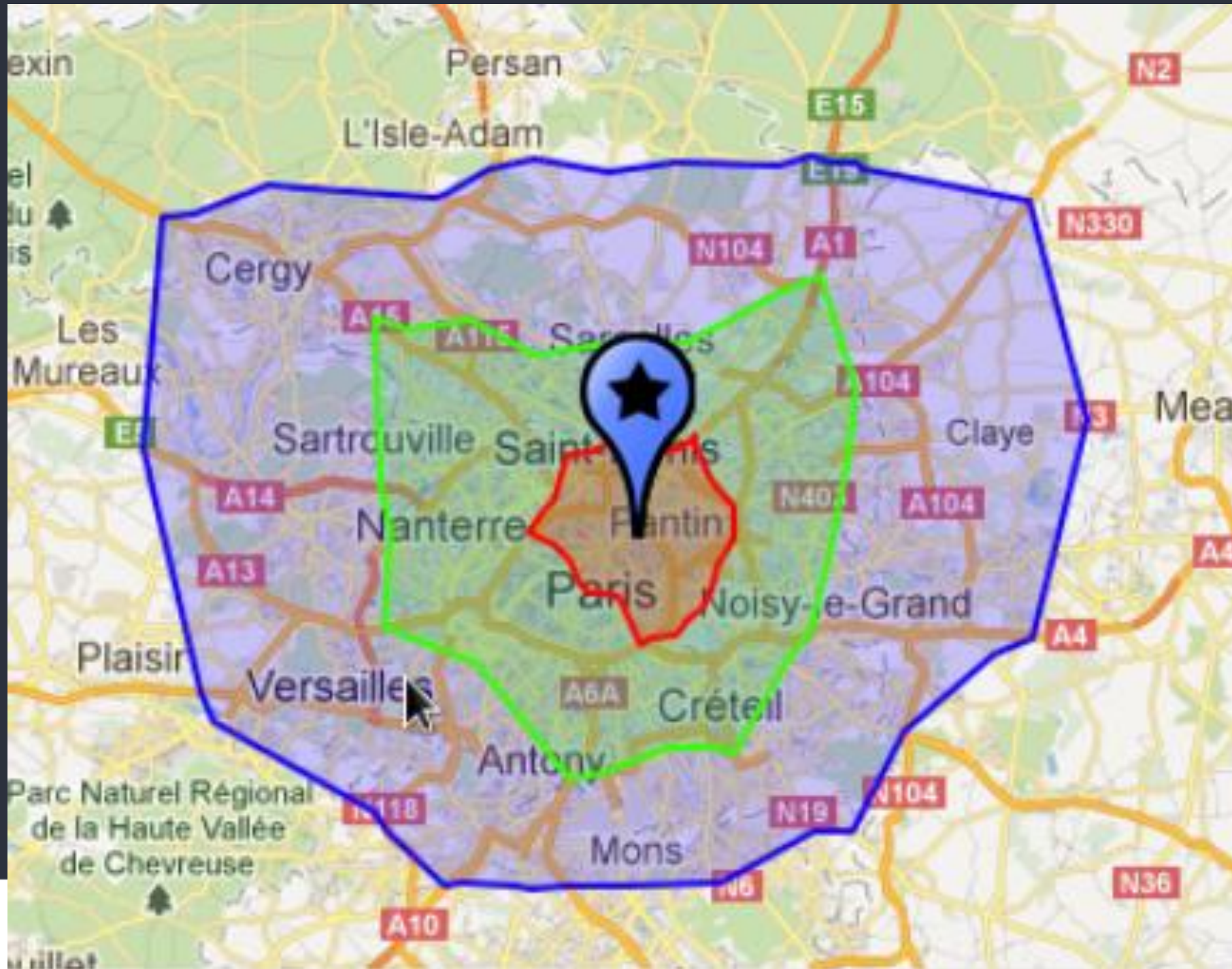
# II Analyse zone de chalandise

En pratique:  
zone isométrique



# II Analyse zone de chalandise

En pratique:  
zone isochrone





# II Analyse zone de chalandise

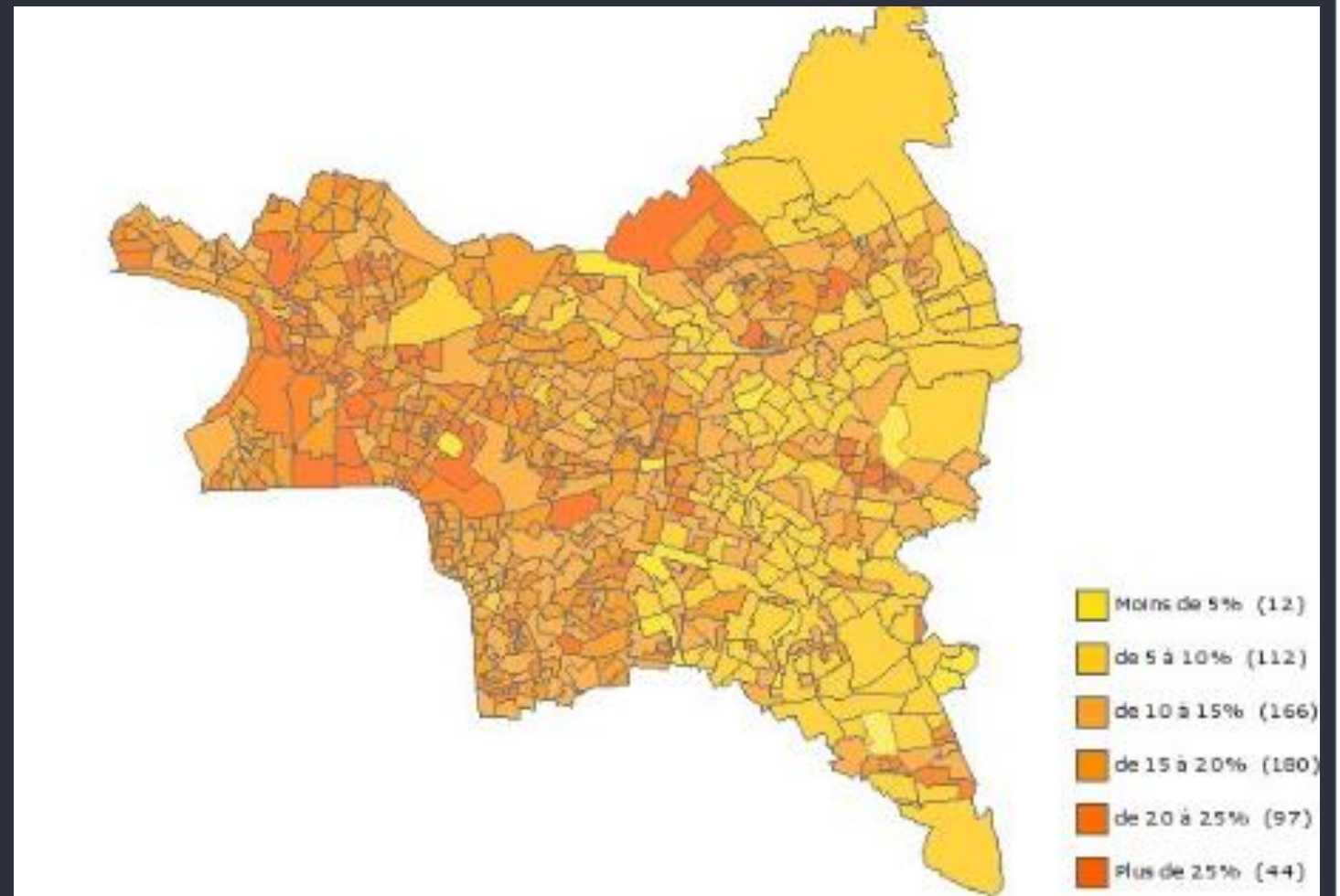
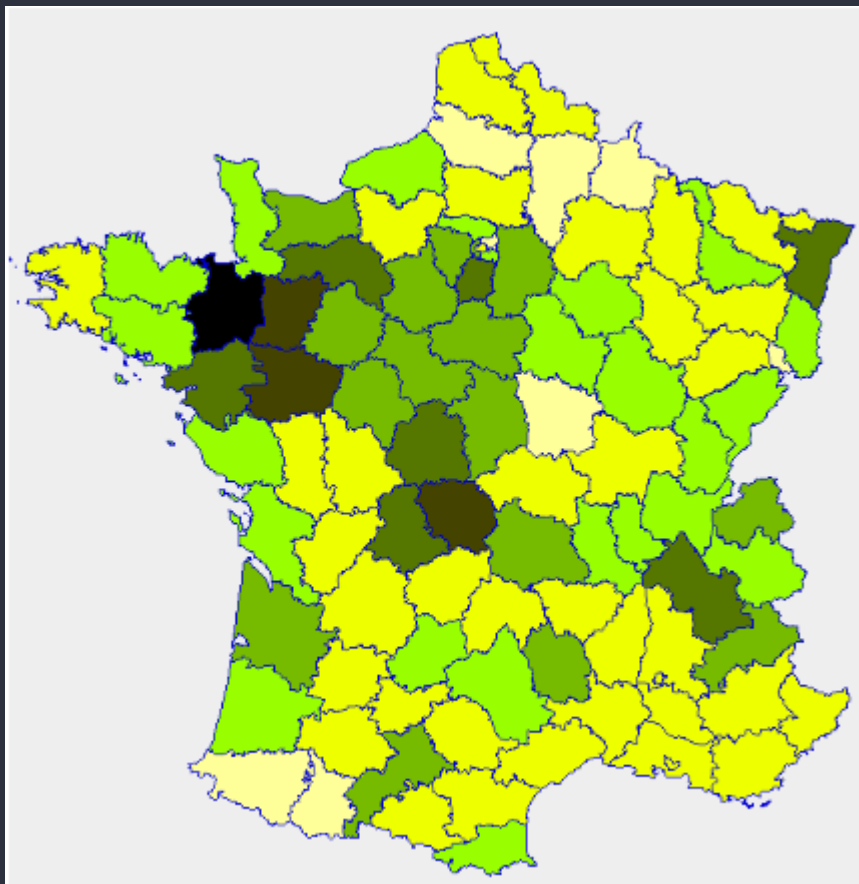
**En pratique:**

Zone de CHALANDISE (chaland = client) basée sur les informations fournies par la clientèle, par les cartes de fidélité...calculée en

taux de pénétration

ou

en taux d'emprise



# II Analyse des UCV

## La théorie : la proximité relationnelle :

Elle est fonction de :

- La **notoriété** du site
- de l'**image** du site (sur les sites comparateurs, facebook, autres...)

# II Analyse des UCV

## En pratique: les indicateurs

- L'**ergonomie** du site (facilité de navigation) (voir 421-31)
- La **personnalisation** de l'interface (page d'accueil) par l'internaute
- Les FAQ
- La **sécurisation** des paiements
- Les **avis des anciens clients**
- Les **statistiques de visite vers le serveur** (site marchand ou autre...)
- Les **avis** sur les sites comparteurs

# III Analyse des UC de petites surfaces

## La théorie : zone de chalandise peu étendue

Elle est fonction de :

- Des **IRIS** (Ilôts Regroupés pour l'Information Statistique)
- Des caractéristiques géo-socio-éco-démographiques des IRIS

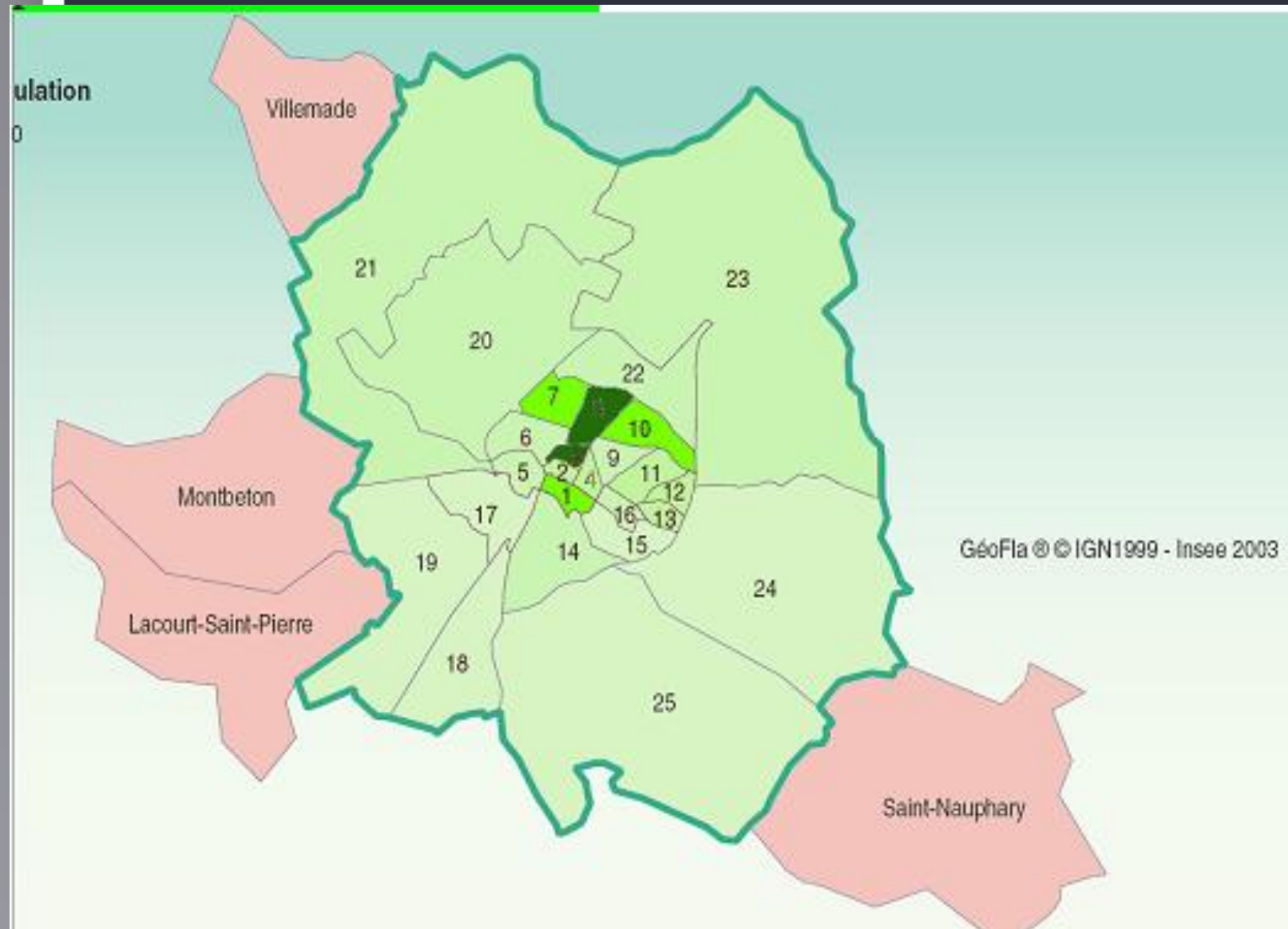
# III Analyse des UC de petites surfaces

## En pratique : zone de chalandise en IRIS

- Nécessité de relevé l'adresse RUE des clients.
- A partir de l'adresse Rue chercher le N° de l'IRIS
- Stocker ces informations sous Excel
- Enrichir ces informations à partir des données de l'INSEE et de la CAF (eh oui !)
- Traiter avec Géoconcept ou avec Géoportail

# III Analyse des UC de petites surfaces

En pratique : zone de chalandise en IRIS



Libellé des IRIS de la commune de Montauban	Numéro IRIS
Consul Dupuy	1
Place Nationale	2
Commissariat	3
Garrison	4
Villebourbon	5
Hôpital	6
Les 3 Pigeons	7
Allende	8
Delthil	9
Terrain d'aviation	10
Stade Fobio	11
Clémenceau	12
Coulée verte	13
Les Grouilles	14
Beausoleil	15
Selves	16
Labastiole	17
L'Europe	18
Le quart	19
Bas-pays	20
Falguières	21
Zone industrielle nord	22
Fonneuve	23
Saint-Martial	24
Le Fau	25
<b>Communes de l'unité urbaine</b>	
Lacourt-Saint-Pierre	//
Montbeton	//
Saint-Nauphary	//
Villemade	//



MERCI DE VOTRE ATTENTION

