

CHECKLIST

POUR UN AUDIT

MAGASIN RÉUSSI

1/4

another retail ...
MERCHANDISING | VISUAL MERCHANDISING | RETAIL DESIGN

VOUS NE SAVEZ PAS PAR QUEL BOUT PRENDRE VOTRE AUDIT?
DÉTECTEZ ET CORRIGEZ LES ERREURS QUI COÛTENT LE PLUS CHER
À VOTRE/VOS MAGASIN(S) EN MOINS D'UNE HEURE

1. RECOLTE DE DONNÉES PRÉPARATOIRE

- Quelles sont les **performances globales du magasin** (CA/ an, progression, trafic...) par rapport à l'enseigne, à magasin comparable, à l'an dernier?
- Et sur **les KPI merch principaux** (TT, IV, PVM, PM) ?
- Selon besoin, rajouter **une analyse des performances DI ou inventaire**.
- Quelles sont **les performances par zone du magasin ou famille produit** ?
- Comment se comportent **les produits phares de l'enseigne** sur ce magasin?
- Quels sont **les produits ou familles de produit qui décrochent** le plus?
- Quelle est **la note de satisfaction client** du magasin ou **le NPS**?
- Y a t'il d'autres **feedbacks client** à prendre en compte?

Astuce : Commencez toujours par une analyse quantitative et qualitative avant toute visite magasin. Elle vous aidera à mieux cibler les points prioritaires critiques lors de votre tour.

2. ANALYSE DE L'AGENCEMENT GLOBAL

- L'entrée est-elle accueillante et facilite** t'elle l'accès au magasin ?
- Les clients peuvent ils **se déplacer facilement dans l'ensemble du parcours** et la **règlementation sur les largeurs d'allée** est-elle respectée ?
- Les **zones magasin sont-elles bien lisibles**?
- L'**enchaînement est-il conforme aux normes enseigne** et aux performances attendues?
- Le **cheminement est-il fluide et intuitif** ?
- L'**éclairage est-il suffisant et opérationnel** dans tout le magasin ?
- Des **paniers ou caddies sont-ils disponibles** dans tout le parcours?
- Le **réassort est-il à jour**?
- Les **TG et mises en avant présentent elles des produits pertinents**?
- Quelles zones semblent les plus attractives? Les plus froides ou inaccessible?
- La **propreté est-elle respectée** sur l'ensemble du magasin?

Astuce : Commencez toujours par un premier tour rapide afin de capter une première impression générale et d'identifier en amont les points à travailler plus dans le détail.

CHECKLIST

POUR UN AUDIT

MAGASIN RÉUSSI

2/4

another retail ...
MERCHANDISING | VISUAL MERCHANDISING | RETAIL DESIGN

3. ANALYSE DES ENTRÉES DE MAGASIN

- Les **vitrites sont-elles propres, inspirantes, adaptées** au client, la saison... ?
- Les **vitrites présentent elles une sélection produit adéquate** en termes de business et d'image ?
- La **mise en scène vitrine est-elle harmonieuse et qualitative** ?
- L'**affichage vitrine est-il assez clair et y a t'il les prix** de tous les produits ?
- La **table ou le meuble d'entrée est-il suffisamment visible/lisible et la communication assez forte** ?
- La **sélection produit d'entrée est-elle adéquate en termes de business et d'image** et présente elle **assez de ventes complémentaires** ?
- Les **meilleurs produits sont-ils suffisamment mis en valeur** ?

Astuce : si vous devez prioriser un espace sur lequel passer le plus de temps et d'énergie, c'est l'entrée de magasin. C'est la 1ère impression client et elle doit être la plus parfaite possible !

4. ANALYSE DE CHAQUE ESPACE MAGASIN

- La **zone chaude est elle suffisamment visible/lisible** et la **sélection produit est-elle adéquate** ?
- Les **facings sont-ils bien avancés** en bord d'étagère/ de picot ?
- Les **présentations** (pliages, remplissages, gestion de la saturation...) sont elles **qualitatives** ?
- Les **mises en scène et silhouettes sont elles complètes** ?
- Les **mises en scène et silhouettes sont elles harmonieuses et qualitatives** ?
- Y a t'il **suffisamment d'associations produit/cross selling** ?
- Les **produits sensibles sont-ils bien protégés/anti-volés** ?
- Tous les **testeurs/modèles d'expo sont-ils dispo et propres** ?
- Les **zones et produits phares sont-ils bien mis en valeur** par l'éclairage ?
- L'**affichage prix ou services est-il bien présent** et en bon état ?
- La **signalétique de chaque zone est-elle respectée** ?
- Les **zones de service** (cabines, point commande...) **sont-elles accessibles et propres** ?

Astuce : si votre magasin est grand, ne rentrez pas dans un grand niveau de détail pour chaque zone au risque de perdre les priorités. Pensez vision client et ciblez ce qui aura le plus d'impact pour lui !

CHECKLIST

POUR UN AUDIT

MAGASIN RÉUSSI

3/4

another retail ...
MERCHANDISING | VISUAL MERCHANDISING | RETAIL DESIGN

5. LA ZONE DE CAISSES

- La **caisse est-elle bien placée** par rapport au flux client et **la gestion de la file d'attente est-elle efficace** ?
- Les produits caisse sont-ils **bien sélectionnés pour correspondre à un achat d'impulsion** et leur prix est-il bien visible ?
- La vision sur **la ligne de caisse est-elle claire et propre** ?
- Les **affichages principaux sont-ils bien visibles** (mode de paiement, caisse prioritaire, prix sacherie...)
- Le **processus de paiement est-il rapide et agréable** pour les clients ?

Astuce : la caisse est la dernière impression que vous laissez au client, soyez exigeant sur le dernier souvenir que vous soulez lui laisser !

6. LES OPÉRATIONS COMMERCIALES OU SAISONNIÈRES

- L'opération est-elle bien visible dès l'entrée du magasin ?
- La **sélection produit est-elle adéquate** ?
- Les **mises en scène sont elles harmonieuses et qualitatives** ?
- L'affichage prix ou la communication sont-ils bien présents** et en bon état ?

Astuce : les opérations commerciales ou saisonnières sont des moments de business cruciaux. Soyez clairs sur vos objectifs (écoulement, inspiration..) et orientez votre visite en conséquence.

7. LE BILAN

- Résumez **les principales observations de l'audit**.
- Définissez **maximum 3 actions prioritaires et fixez plan d'action** avec des responsabilités et des échéances claires
- Définissez **vos modalités de suivi** : nouvelle visite, photos de contrôle...
- Encouragez les progrès!**

Astuce : un audit doit s'inscrire dans une logique d'accompagnement de la compétence magasin et pas simplement de "flicage". Vous voulez en savoir plus, **[on s'en parle en direct ici?](#)**

CHECKLIST

POUR UN AUDIT

MAGASIN RÉUSSI

CONSTATS PRINCIPAUX ET ÉVOLUTION

Date de visite : Date de dernière visite :

CA			Quantités			Trafic			TT			IV			PVM			PM			...	
Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark	Période	Evoluti on	Bench mark		

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PLAN D' ACTIONS PRIORITAIRES

1 Action :

.....

Responsable(s) :

Échéance :

2 Action :

.....

Responsable(s) :

Échéance :

3 Action :

.....

Responsable(s) :

Échéance :

MODALITÉ DE SUIVI DES ACTIONS :

.....