

DIAGRAMME DE PARETO

C'est un outil qui permet de classer un phénomène par ordre d'importance est basé sur la loi des 20/80 et met en exergue les 20% de causes sur lesquelles il faut agir pour résoudre 80% du problème. Il sera utile pour déterminer sur quels leviers on doit agir en priorité pour améliorer de façon significative la situation.

On extrait de la base clients les données suivantes :

N° du client	Type de clients	CA
411A	Client A	10 000 €
411B	Client B	8 000 €
411C	Client C	5 000 €
411D	Client D	15 000 €
411E	Client E	7 000 €

1^{ère} étape : classer les données par ordre décroissant

N° du client	Type de clients	% clients	CA
411D	Client D	20%	15 000 €
411A	Client A	20%	10 000 €
411B	Client B	20%	8 000 €
411E	Client E	20%	7 000 €
411C	Client C	20%	5 000 €
	TOTAL	100%	60 000 €

2^{ème} étape : cumuler les données

N° du client	Type de clients	% clients	% cumulé de clients	CA	Cumul CA
411D	Client D	20%	20%	25 000 €	25 000 €
411A	Client A	20%	40%	15 000 €	40 000 €
411B	Client B	20%	60%	8 000 €	48 000 €
411E	Client E	20%	80%	7 000 €	55 000 €
411C	Client C	20%	100%	5 000 €	60 000 €
	TOTAL	100%		60 000 €	

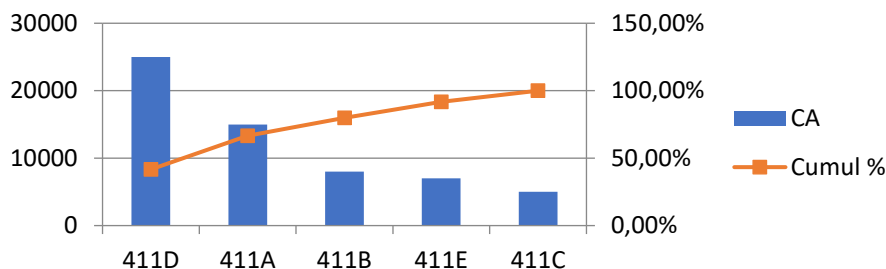
25 000 € + 15 000 €

$$\frac{\text{Cumul CA}}{\text{Total CA}} = \frac{40\,000\,€}{60\,000\,€}$$

3^{ème} étape : calculer les pourcentages

N° du client	Type de clients	% clients	% cumulé de clients	CA	Cumul CA	Cumul %
411D	Client D	20%	20%	25 000 €	25 000 €	41,67%
411A	Client A	20%	40%	15 000 €	40 000 €	66,67%
411B	Client B	20%	60%	8 000 €	48 000 €	80,00%
411E	Client E	20%	80%	7 000 €	55 000 €	91,67%
411C	Client C	20%	100%	5 000 €	60 000 €	100,00%
	TOTAL	100%		60 000 €		

4^{ème} étape : réaliser les tendances sous forme de graphique



L'organisation doit prioriser les clients D, A et B qui procurent 80% du CA. En fidélisant ces 3 types de clients c'est-à-dire une proportion de 3/5 (=60%), elle pourra alors espérer obtenir 80% de son CA.

L'analyse montre que 20% des clients représentent moins de 80% de l'activité, l'entreprise a donc une activité dispersée. Il convient en outre d'augmenter davantage les clients à CA important ou de fidéliser les clients existants.

Si l'analyse montrait que 20% des clients représentent plus de 80% de l'activité, la situation est fragilisée car toute l'activité se concentre sur une partie réduite de la clientèle.