

Marketing fondamental

Exercice : Techniques de segmentation de la clientèle

THOMSON MOROCCO dispose d'une unité de production qui, par sa situation géographique à proximité de l'Europe, est devenue l'un des piliers industriels. Au cours du dernier exercice, la répartition du C.A entre les différentes catégories de la clientèle de l'entreprise, élaborée par le responsable commercial, a été la suivante :

Catégories clients	Nombre de clients	Chiffre d'affaires
Administrations publiques	500	100
Détaillants	1200	200
Grossistes	600	2000
GMS ¹	650	4000
Particuliers	400	40
Petites entreprises	800	50
Organisations privées	600	300
Autres catégories	900	1000
Moyenne entreprises	400	1000
Grandes entreprises	200	400

Travail demandé : Identifier et analyser la structures 20/80 des clients de l'entreprise.

¹ Grandes et moyennes surfaces