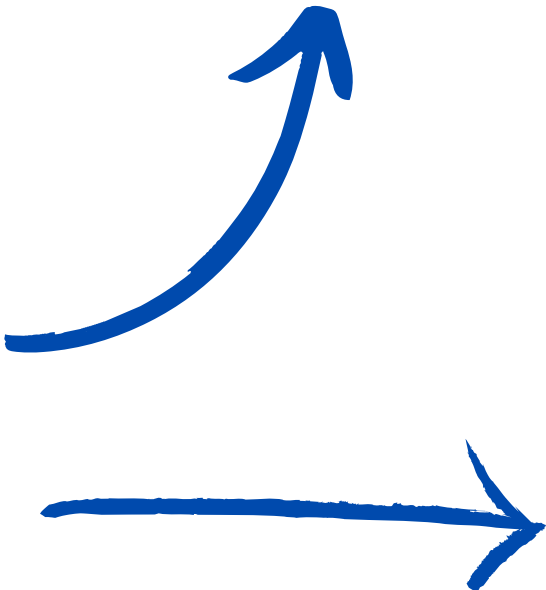


Tableau d'exclusivité automatisé: rapport d'exclusivité entre clients et articles

Idée: Voir si un article est exclusif à une population au sein d'un groupe d'article

Article	NB ACHETANT	NB EXCLU	NB MIXTE
article 1	30 000	20 000	10 000
article 2	20 000	18 000	2 000
article 3	15 000	7 500	7 500
article 4	10 000	7 000	3 000
article 5	5 000	4 500	500
article 6	3 000	50	2 950

Dans cet exemple, l'article 5 nous génère 5 000 clients dont 90% de client exclusif contre 10% de mixte donc l'article 5 est important et il ne faut pas supprimer cet article de notre catalogue, car on risque de perdre 4 500 clients.



Ici, on a que 1,7% de clients exclusifs, si on le souhaite, on peut supprimer cet article de nos références, car plus de 98% des clients vont acheter un autre article.

NB ACHETANT: Nombre de client achetant l'article

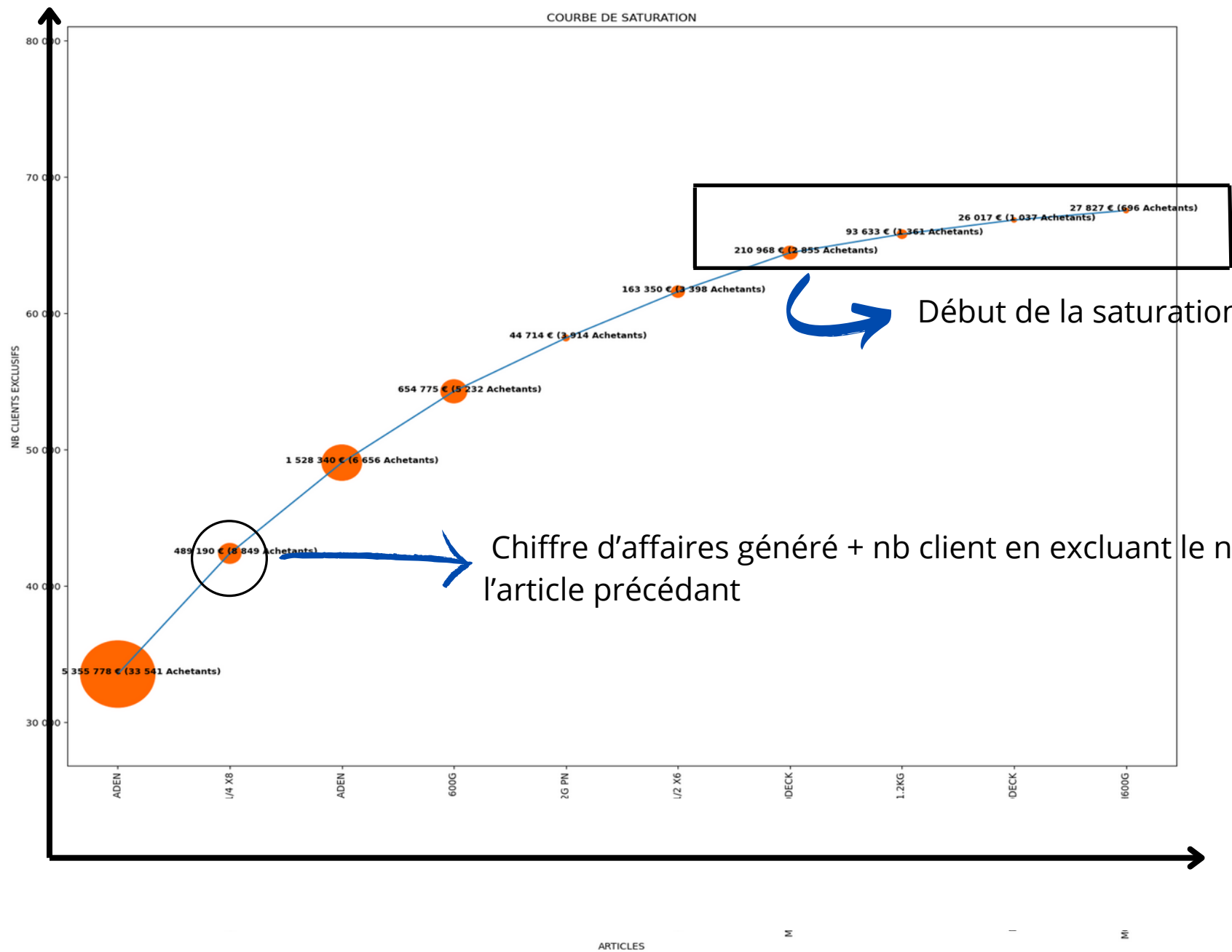
NB EXCLU: Nombre de client n'achetant que cette article

NB MIXTE: Nombre de client achetant l'article + un autre article dans cette liste

Courbe de Saturation automatisé: rapport d'équilibre entre les articles

Idée: Voir l'évolution du nombre de clients généré, aide à la décision des stratégies marketing

Nb de clients cumulés



Début de la saturation : article qui génère presque plus de clients

Chiffre d'affaires généré + nb client en excluant le nb de client de l'article précédant

Un bon équilibre serait théoriquement une droite linéaire, car cela voudrait dire que les articles génèrent autant de clients les uns par rapport aux autres.

Liste d'article classé par rapport au nombre de clients généré (du plus grand au plus petit).