Réponse

1. Analyse du portefeuille clients

Étape 1 : Calcul du chiffre d'affaires total

- **CA total en N** = 150 000 + 120 000 + 100 000 + 10 000 = **380 000 €**
- **CA total en N + 1** = 160 000 + 125 000 + 80 000 + 11 000 = **376 000 €**

Étape 2 : Calcul de la part de chaque catégorie dans le CA global

Part (%)=CA de la catégorie /CA total×100

Étape 3 : Calcul du taux d'évolution

Taux d'évolution (%)=CA N+1−CA N/ CA N×100

Tableau des résultats

Catégories de clients	CA N (€)	Part en N (%)	CA N+1 (€)	Part en N+1 (%)	Taux d'évolution (%)
Crèches	150 000	**39,47 %**	160 000	**42,55 %**	**+6,67 %**
Écoles maternelles	120 000	**31,58 %**	125 000	**33,24 %**	**+4,17 %**
Écoles de loisirs	100 000	**26,32 %**	80 000	**21,28 %**	**−20,00 %**
Particuliers	10 000	**2,63 %**	11 000	**2,93 %**	**+10,00 %**
Total	**380 000**	**100 %**	**376 000**	**100 %**	**−1,05 %**

Commentaire

- Les **crèches** constituent le principal segment de clientèle avec **39,47 %** du chiffre d'affaires en N et **42,55 %** en N+1. Leur chiffre d'affaires progresse de **6,67 %**, ce qui renforce leur importance.
- Les **écoles maternelles** représentent le deuxième segment. Leur chiffre d'affaires augmente de **4,17 %**, et leur part dans le chiffre d'affaires global progresse légèrement.
- Les **écoles de loisirs** enregistrent une baisse importante de leur chiffre d'affaires (**−20 %**). Leur part passe de **26,32 %** à **21,28 %**, ce qui explique la diminution du chiffre d'affaires total de l'entreprise.
- Les **particuliers** connaissent la plus forte progression relative (**+10 %**), mais leur contribution au chiffre d'affaires reste faible (moins de **3 %**).

- Globalement, le chiffre d'affaires de l'entreprise diminue légèrement (**−1,05 %**), principalement en raison de la baisse des ventes auprès des écoles de loisirs.

2. Quel intérêt présente pour une entreprise la connaissance de la structure de son portefeuille clients ?

La connaissance de la structure du portefeuille clients permet à l'entreprise de :

- identifier les catégories de clients les plus rentables ;
- mesurer la dépendance vis-à-vis de certains segments ;
- détecter les segments en croissance ou en déclin ;
- adapter ses actions commerciales et marketing à chaque catégorie de clients ;
- fidéliser les meilleurs clients et développer les segments à fort potentiel ;
- réduire les risques en diversifiant son portefeuille de clientèle.