

STUDIU DE CAZ

Lanțul de magazine de îmbrăcăminte XZY a observat în ultima vreme un declin constant al vânzărilor.

La început, managerul a presupus că se datorează nemulțumirii clienților față de noua linie de îmbrăcăminte pe care o vindea, și de aceea a dat vina pe lanțul de furnizori.

Apoi a făcut un sondaj de opinie în rândul clienților.

După ce a cules date și le-a aranjat sub forma unei diagrame Pareto, a devenit clar care variabile influențau vânzările cel mai mult – acestea nu aveau nicio legătură cu furnizorii săi!