

**Sujet :**

## **Analyse de tendance**

S'il est important d'avoir une photographie régulière de l'activité de l'entreprise, par exemple avec les chiffres de l'activité mensuelle, il est aussi très important de **regarder les chiffres en tendance**.

En effet, si nous ne savons pas comment évolue notre activité, comment évoluent nos principaux clients, il est difficile, voire impossible de prendre les bonnes décisions concernant la stratégie de l'entreprise.

**Date :** jeudi 27 janvier 2005

**Auteur :** Gilles Hémerly

## Analyse de tendance

S'il est important d'avoir une photographie régulière de l'activité de l'entreprise, par exemple avec les chiffres de l'activité mensuelle, il est aussi très important de **regarder les chiffres en tendance**.

En effet, si nous ne savons pas comment évolue notre activité, comment évoluent nos principaux clients, il est difficile, voire impossible de prendre les bonnes décisions concernant la stratégie de l'entreprise.

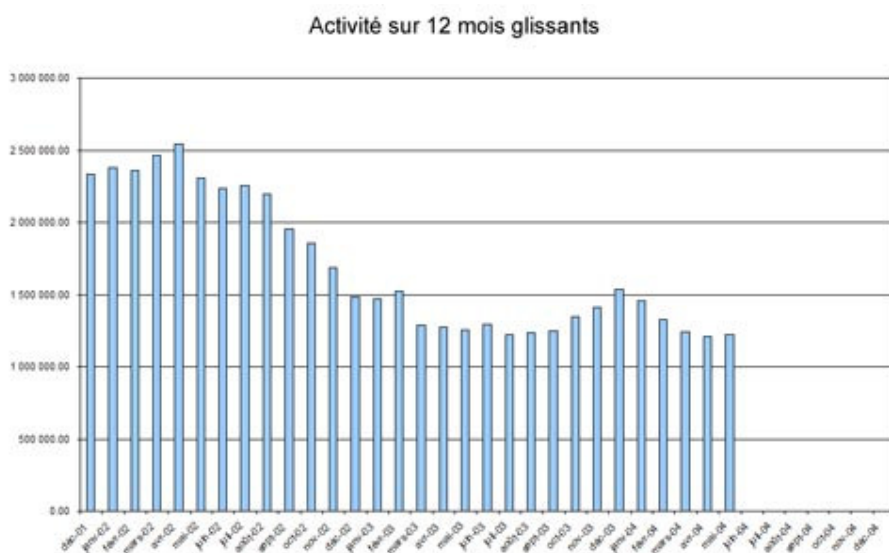
Pour avoir une bonne analyse de tendance, la première étape est de **désaisonnaliser l'activité**.

Pour le faire, la solution la plus simple est de prendre **l'activité sur 12 mois glissants**.

Chaque nouveau mois de l'année N, vient remplacer le mois identique de l'année N-1. Et nous cumulons l'activité des 12 derniers mois.

Ainsi nous comparerons toujours l'activité sur des périodes identiques, sans se soucier de l'influence de la saisonnalité de l'activité.

Ce qui nous donne un graphe comme celui-ci :



Chaque barre de l'histogramme représente l'activité de 12 mois.

La tendance est très mauvaise sur cet exemple, et cela saute immédiatement aux yeux. Nous savons quand a eu lieu le décrochement et pouvons ainsi aller analyser spécifiquement les raisons de ce décrochement.

Cette analyse de tendance d'activité doit aussi se faire pour :

- les principaux clients
- les différentes activités
- chacun des commerciaux