

Un exemple donné par Churchill¹ est celui d'un concours de vente où on a réussi à séparer trois groupes de vendeurs. Pour identifier quels sont les éléments (les variables) qui permettent de distinguer entre un bon et un mauvais vendeur, on a appliqué un questionnaire aux participants de ce concours s'est intéressé d'une manière prioritaire à quatre caractéristiques :

Légende

X1 Nombre de contacts nouveaux clients.

X2 Proportion contacts avec rendez-vous

X3 Coups de téléphone aux prospects

X4 Nombre de nouveau comptes visités

guer

3. On