

Marques	Marque A	Marque B	Marque C	Total
Utilisation	6	3	1	10
Fréquence	3	6	5	14
Prix	15	20	13	
PDM (en nombre de clients)	60%	30%	10%	100%
Quantités vendues par an	18	18	5	41
PDM volume	44%	44%	12%	100%
CA moyen par ménage et par an	270	360	65	695
PDM valeur	39%	52%	9%	100%
PDM relatives	75%	133%	18%	

Exemple de calcul pour la marque A: la part de marché en nombre de clients se calcule à partir du nombre de ménages qui utilisent la marque (6 sur 10 dans ce cas, soit 60%). La PDM en quantités est de 44% (18/41). La PDM en valeur est de 39% (270/695). Enfin, la PDM relative se calcule à partir de la PDM en valeur de la marque et de la PDM en valeur du concurrent principal (dans ce cas la marque B): $39/52=75\%$.

Nous constatons que la marque A possède davantage de clients que les autres. Toutefois, sa PDM en volume est identique à celle de la marque B (fréquence d'utilisation plus faible). En ce qui concerne la PDM en valeur et la PDM relative, c'est la marque B qui obtient les meilleurs résultats.