

Fidélisation de la clientèle et développement de la relation client

Activité 1 : évaluer la satisfaction de la clientèle du garage de Saint Langis

1.1 Est-il pertinent de réaliser une enquête de satisfaction avant de mettre en place un programme de fidélisation ?

Tout d'abord, une enquête de satisfaction, aussi appelée questionnaire de satisfaction, permet d'évaluer la satisfaction des clients au sein d'une entreprise, concernant un bien, un service ou de manière générale, en récoltant les informations auprès de ces derniers.

Oui, il est pertinent de réaliser une enquête de satisfaction avant de mettre en place un programme de fidélisation car cela permet de corriger les éventuels points d'insatisfaction que ressentent certains clients, vis-à-vis d'un produit, de l'écoute ou d'un autre facteur, afin d'améliorer ce dernier et donc de fidéliser ces derniers. Enfin, l'entreprise a le devoir de placer ses clients au centre de sa stratégie afin d'obtenir une croissance pérenne.

1.2 Est-il possible de concevoir un modèle d'enquête de satisfaction à déposer en ligne sur le site du garage ?

Oui, il est possible de concevoir un modèle d'enquête de satisfaction à déposer en ligne sur le site internet du garage, de façon directe sur le site ou alors via un site extérieur (Google Forms) avec un lien disponible sur le site internet.

Néanmoins, si ce questionnaire doit être réintégré sur l'ensemble des sites du groupe, le questionnaire doit donc être général à tous les sites.

Questionnaire :



Questionnaire de satisfaction du Groupe Peugeot Bayi

Cher(e) client(e), afin d'améliorer votre expérience client et de corriger d'éventuels points d'insatisfactions, merci de répondre à notre questionnaire de satisfaction.

***Obligatoire**

Vous êtes : *

☐ Homme

☐ Femme

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfIO2KKGpb72L8oOi9YIH52HpODOQJQ1EhI01syiLprdWfixg/viewform?usp=pp_url

1.3 Est-il possible d'analyser le degré de satisfaction de la clientèle à l'aide d'autres indicateurs ?

Oui, il est possible d'évaluer la satisfaction client à partir d'autres indicateurs, présentés ci-contre :

- Taux de réclamation : vérifier si les clients ont souvent porter une réclamation, si oui pour qu'elles raisons ?
- Avis positif laissé sur internet : Permet de vérifier la réputation de l'entreprise sur internet, ce qui influencera d'éventuels prospect.
- Le questionnaire : Permet de contrôler la satisfaction des clients sur plusieurs points présentés précédemment.



1.4 Les avis Internet présentés en *Annexe 1* présentent-ils un intérêt dans l'analyse de la satisfaction de la clientèle de M. Bayi ?

Logo
Peugeot BAYI
Adresse

Le 07/03/2022

Emetteur	Destinataire
M. XXX Assistant de Gestion	M. Bayi Dirigeant

Note de synthèse n°12 : Analyse de la satisfaction de la clientèle

Suite à votre demande concernant l'évaluation de la satisfaction de la clientèle, par rapport au avis client laissés sur un internet, vous trouverez dans cette note mon analyse.

I. Les avis internet de l'entreprise

La majorité des avis laissé sur internet à notre égard sont positifs, sauf un.

Ces derniers parlent majoritairement de l'accueil, de la qualité du service proposé, la qualité des conseils apportés, du professionnalisme des équipes.

Le commentaire négatif lui présente un problème de défaut de livraison. En effet, la cliente a demandé à avoir des radars de recul sur son véhicule, chose qui n'a pas été respecté par le concessionnaire, qui a par ailleurs délaissé la cliente peu de temps après la vente du véhicule non conforme aux attentes. La procédure de demande de radars de recul a donc été plus longue.

II. Les éléments à retenir

Dans notre cas, il est important de retenir que les avis laissés par les internautes sur internet sont consultables par tous. Le fait d'avoir un commentaire négatif construit augmente le risque de perdre d'éventuel prospect car le client moyen se concentre sur les éléments négatifs plus que positif.

III. Conclusion

Il est donc important de veiller à la satisfaction du client car si ce dernier n'est pas satisfait, il en parlera plus qu'un client satisfait. De plus, ne pas satisfaire un client est un manque de professionnalisme qui peut nuire gravement à la vie de l'entreprise et à sa réputation, et donc à sa pérennité. Néanmoins, il est donc important de prendre en compte ses avis afin de veiller au bon développement de l'entreprise et à la satisfaction des clients.

M.XXX
Assistant de Gestion
Signature.

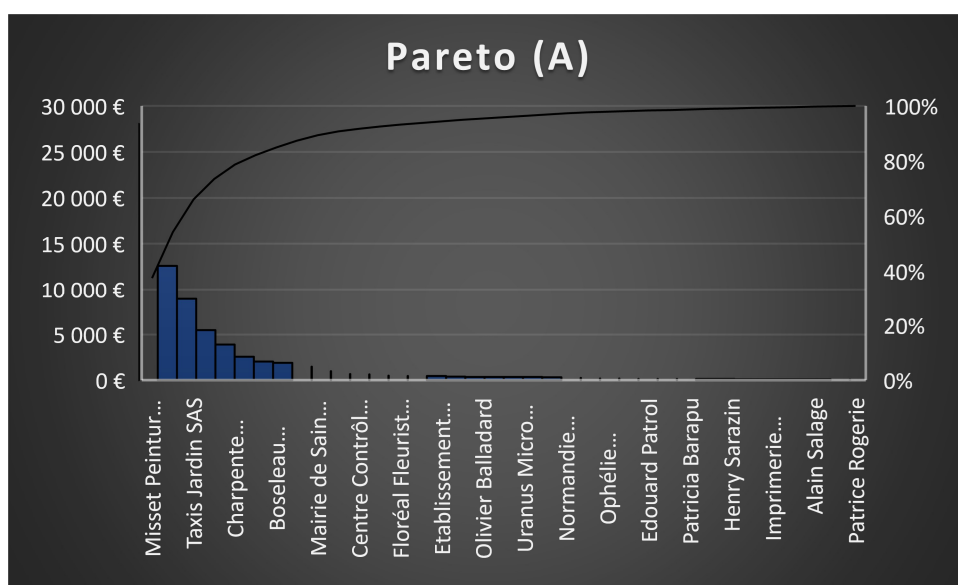
Activité 2 : Mesurer la valeur client du garage de Saint Langis

2.1 Réaliser une analyse de Pareto de la clientèle du garage en présentant votre méthode de travail ainsi que vos résultats et votre analyse.

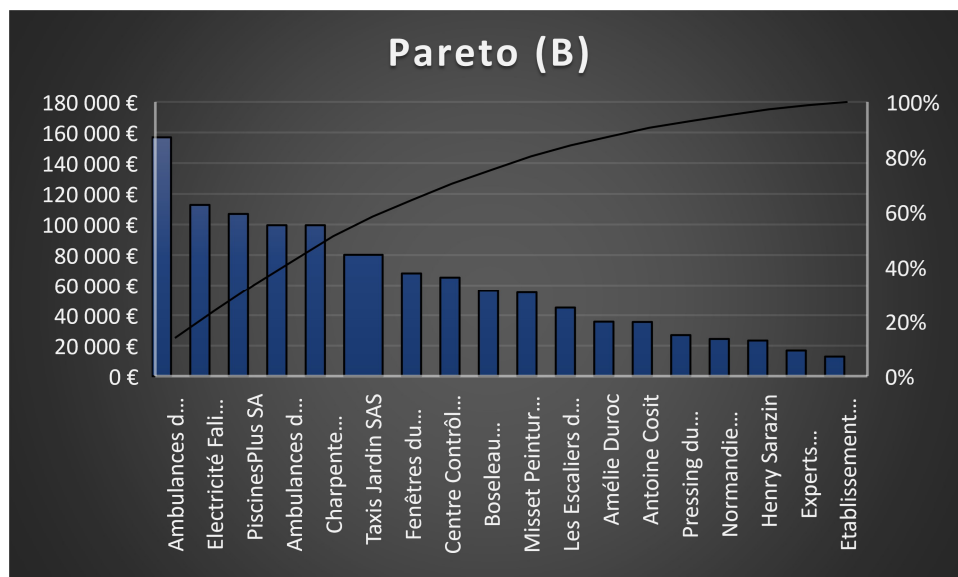
L'analyse de Pareto, aussi appelé « Méthode 20/80 », correspond au fait que 20% des clients représente 80% du chiffres d'affaires. Il s'agit donc des clients dits « importants ».

Clients	Prestation facturée	Nb Client	Nb Client Cumul	% Client	% Client Cumul	Total Chiffre d'affaires en euros	CA Cumulé	%CA	%CA Cumul
Misset Peinture SARL	Entretien mécanique	1	1	2,86%	2,86%	28 050 €	28 050 €	37,47%	37,47%
Ambulances du Perche SARL	Entretien mécanique	1	2	2,86%	5,71%	12 580 €	40 630 €	16,81%	54,28%
Taxis Jardin SAS	Entretien mécanique	1	3	2,86%	8,57%	8 900 €	49 530 €	11,89%	66,17%
Ambulances de l'Ouest SARL	Entretien mécanique	1	4	2,86%	11,43%	5 480 €	55 010 €	7,32%	73,49%
Charpente Bernard SARL	Entretien mécanique	1	5	2,86%	14,29%	3 900 €	58 910 €	5,21%	78,70%
Fenêtres du Perche SAS	Entretien mécanique	1	6	2,86%	17,14%	2 580 €	61 490 €	3,45%	82,15%
Boseleau Chauffagiste SAS	Entretien mécanique	1	7	2,86%	20,00%	2 060 €	63 550 €	2,75%	84,90%
Electricité Falitte SAS	Entretien mécanique	1	8	2,86%	22,86%	1 900 €	65 450 €	2,54%	87,44%
Mairie de Saint Langis lès Mortagne	Entretien mécanique	1	9	2,86%	25,71%	1 500 €	66 950 €	2,00%	89,44%
PiscinesPlus SA	Entretien mécanique	1	10	2,86%	28,57%	980 €	67 930 €	1,31%	90,75%
Centre Contrôle technique du Perche SARL	Entretien mécanique	1	11	2,86%	31,43%	690 €	68 620 €	0,92%	91,67%
Hôtel des voyageurs	Entretien mécanique	1	12	2,86%	34,29%	640 €	69 260 €	0,85%	92,53%
Floréal Fleuriste SARL	Entretien mécanique	1	13	2,86%	37,14%	520 €	69 780 €	0,69%	93,22%
Les Escaliers de Normandie SARL	Entretien mécanique	1	14	2,86%	40,00%	480 €	70 260 €	0,64%	93,86%
Etablissement Goupil SARL	Entretien mécanique	1	15	2,86%	42,86%	450 €	70 710 €	0,60%	94,46%
Pressing du Perche SAS	Entretien mécanique	1	16	2,86%	45,71%	390 €	71 100 €	0,52%	94,98%
Olivier Balladard	Entretien mécanique	1	17	2,86%	48,57%	360 €	71 460 €	0,48%	95,46%
Georges Duchemin	Entretien mécanique	1	18	2,86%	51,43%	350 €	71 810 €	0,47%	95,93%
Uranus Micro SAS	Entretien mécanique	1	19	2,86%	54,29%	350 €	72 160 €	0,47%	96,40%
John Peace	Entretien mécanique	1	20	2,86%	57,14%	350 €	72 510 €	0,47%	96,87%
Normandie Informatique SAS	Entretien mécanique	1	21	2,86%	60,00%	320 €	72 830 €	0,43%	97,29%
Amélie Duroc	Entretien mécanique	1	22	2,86%	62,86%	260 €	73 090 €	0,35%	97,64%
Ophélie Grachaud	Entretien mécanique	1	23	2,86%	65,71%	180 €	73 270 €	0,24%	97,88%
Experts comptables de l'Ouest	Entretien mécanique	1	24	2,86%	68,57%	180 €	73 450 €	0,24%	98,12%
Edouard Patrol	Entretien mécanique	1	25	2,86%	71,43%	160 €	73 610 €	0,21%	98,34%
Antoine Cosit	Entretien mécanique	1	26	2,86%	74,29%	160 €	73 770 €	0,21%	98,55%
Patricia Barapu	Entretien mécanique	1	27	2,86%	77,14%	150 €	73 920 €	0,20%	98,75%

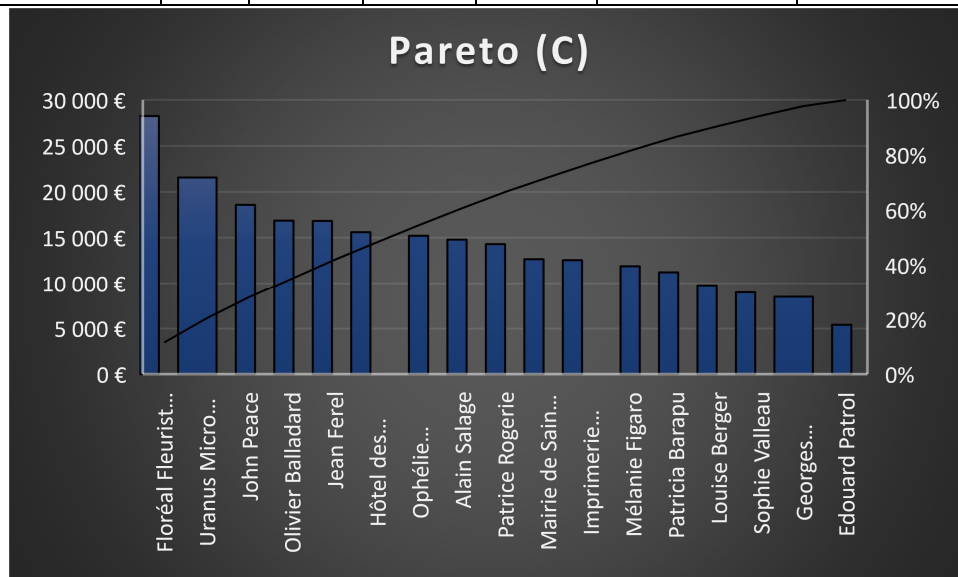
Jean Ferel	Entretien mécanique	1	28	2,86%	80,00%	150 €	74 070 €	0,20%	98,95%
Henry Sarazin	Entretien mécanique	1	29	2,86%	82,86%	135 €	74 205 €	0,18%	99,13%
Louise Berger	Entretien mécanique	1	30	2,86%	85,71%	125 €	74 330 €	0,17%	99,30%
Imprimerie Prunier SARL	Entretien mécanique	1	31	2,86%	88,57%	110 €	74 440 €	0,15%	99,45%
Sophie Valleau	Entretien mécanique	1	32	2,86%	91,43%	110 €	74 550 €	0,15%	99,59%
Alain Salage	Entretien mécanique	1	33	2,86%	94,29%	110 €	74 660 €	0,15%	99,74%
Mélanie Figaro	Entretien mécanique	1	34	2,86%	97,14%	105 €	74 765 €	0,14%	99,88%
Patrice Rogerie	Entretien mécanique	1	35	2,86%	100,00%	90 €	74 855 €	0,12%	100,00%



Clients	Prestation facturée	Nb Client	Nb Client Cumul	% Client	% Client Cumul	Total Chiffre d'affaires en euros	CA Cumulé	%CA	%CA Cumul
Ambulances du Perche SARL	Vente véhicule neuf	1	1	5,56%	5,56%	156 987 €	156 987 €	13,99%	13,99%
Electricité Falitte SAS	Vente véhicule neuf	1	2	5,56%	11,11%	112 650 €	269 637 €	10,04%	24,03%
PiscinesPlus SA	Vente véhicule neuf	1	3	5,56%	16,67%	106 870 €	376 507 €	9,53%	33,56%
Ambulances de l'Ouest SARL	Vente véhicule neuf	1	4	5,56%	22,22%	99 568 €	476 075 €	8,87%	42,43%
Charpente Bernard SARL	Vente véhicule neuf	1	5	5,56%	27,78%	99 500 €	575 575 €	8,87%	51,30%
Taxis Jardin SAS	Vente véhicule neuf	1	6	5,56%	33,33%	80 256 €	655 831 €	7,15%	58,46%
Fenêtres du Perche SAS	Vente véhicule neuf	1	7	5,56%	38,89%	68 050 €	723 881 €	6,07%	64,52%
Centre Contrôle technique du Perche SARL	Vente véhicule neuf	1	8	5,56%	44,44%	65 250 €	789 131 €	5,82%	70,34%
Boseleau Chauffagiste SAS	Vente véhicule neuf	1	9	5,56%	50,00%	56 235 €	845 366 €	5,01%	75,35%
Misset Peinture SARL	Vente véhicule neuf	1	10	5,56%	55,56%	55 236 €	900 602 €	4,92%	80,27%
Les Escaliers de Normandie SARL	Vente véhicule neuf	1	11	5,56%	61,11%	45 000 €	945 602 €	4,01%	84,28%
Amélie Duroc	Vente véhicule neuf	1	12	5,56%	66,67%	35 900 €	981 502 €	3,20%	87,48%
Antoine Cosit	Vente véhicule neuf	1	13	5,56%	72,22%	35 699 €	1 017 201 €	3,18%	90,67%
Pressing du Perche SAS	Vente véhicule neuf	1	14	5,56%	77,78%	26 890 €	1 044 091 €	2,40%	93,06%
Normandie Informatique SAS	Vente véhicule neuf	1	15	5,56%	83,33%	24 550 €	1 068 641 €	2,19%	95,25%
Henry Sarazin	Vente véhicule neuf	1	16	5,56%	88,89%	23 500 €	1 092 141 €	2,09%	97,35%
Experts comptables de l'Ouest	Vente véhicule neuf	1	17	5,56%	94,44%	16 890 €	1 109 031 €	1,51%	98,85%
Etablissement Goupil SARL	Vente véhicule neuf	1	18	5,56%	100,00%	12 897 €	1 121 928 €	1,15%	100,00%



Clients	Prestation facturée	Nb Client	Nb Client Cumul	% Client	% Client Cumul	Total Chiffre d'affaires en euros	CA Cumulé	%CA	%CA Cumul
Floréal Fleuriste SARL	Vente véhicule occasion	1	1	5,88%	5,88%	28 250 €	28 250 €	11,62%	11,62%
Uranus Micro SAS	Vente véhicule occasion	1	2	5,88%	11,76%	21 563 €	49 813 €	8,87%	20,49%
John Peace	Vente véhicule occasion	1	3	5,88%	17,65%	18 590 €	68 403 €	7,65%	28,14%
Olivier Ballardard	Vente véhicule occasion	1	4	5,88%	23,53%	16 850 €	85 253 €	6,93%	35,07%
Jean Ferel	Vente véhicule occasion	1	5	5,88%	29,41%	16 840 €	102 093 €	6,93%	42,00%
Hôtel des voyageurs	Vente véhicule occasion	1	6	5,88%	35,29%	15 600 €	117 693 €	6,42%	48,42%
Ophélie Grachaud	Vente véhicule occasion	1	7	5,88%	41,18%	15 230 €	132 923 €	6,27%	54,68%
Alain Salage	Vente véhicule occasion	1	8	5,88%	47,06%	14 800 €	147 723 €	6,09%	60,77%
Patrice Rogerie	Vente véhicule occasion	1	9	5,88%	52,94%	14 300 €	162 023 €	5,88%	66,65%
Mairie de Saint Langis lès Mortagne	Vente véhicule occasion	1	10	5,88%	58,82%	12 659 €	174 682 €	5,21%	71,86%
Imprimerie Prunier SARL	Vente véhicule occasion	1	11	5,88%	64,71%	12 564 €	187 246 €	5,17%	77,03%
Mélanie Figaro	Vente véhicule occasion	1	12	5,88%	70,59%	11 900 €	199 146 €	4,90%	81,93%
Patricia Barapu	Vente véhicule occasion	1	13	5,88%	76,47%	11 236 €	210 382 €	4,62%	86,55%
Louise Berger	Vente véhicule occasion	1	14	5,88%	82,35%	9 800 €	220 182 €	4,03%	90,58%
Sophie Valleau	Vente véhicule occasion	1	15	5,88%	88,24%	8 975 €	229 157 €	3,69%	94,27%
Georges Duchemin	Vente véhicule occasion	1	16	5,88%	94,12%	8 500 €	237 657 €	3,50%	97,77%
Edouard Patrol	Vente véhicule occasion	1	17	5,88%	100,00%	5 425 €	243 082 €	2,23%	100,00%



2.2 Compte-tenu des informations mises à votre disposition en annexe, pouvez-vous mettre en œuvre la méthode RFM ?

Compte-tenu des informations nous étant fournies en annexe, il nous semble possible de réaliser la méthode RFM. Il faut toutefois différencier les différentes catégories d'achats afin d'avoir une analyse vraiment complète. De plus, cette méthode est plus efficace que la méthode Pareto.

2.3 Quel est l'intérêt de la méthode RFM comparativement à l'analyse de Pareto ?

La méthode RFM permet de localiser la place de chaque client dans le cycle de vie de l'entreprise, de plus se focaliser sur l'activités de l'entreprise et de vérifier quels clients sont à favoriser en fonction de 3 critères précis (Fréquence d'achat, Montant et Récence), tandis que l'analyse de Pareto consiste à ce focalisé sur un seul groupe de client en fonction d'un seul critère et de le satisfaire un maximum.

2.4 Proposer un mode opératoire sous la forme d'une infographie utilisable par les autres structures du groupe afin de mettre en place la méthode RFM.

RFM

RÉCENCE FRÉQUENCE MONTANT

C'est une méthode de segmentation des clients qui permet de calculer un indice de valeur et de fidélité client.

Récence



Proximité de la
dernière commande

Fréquence



Réurrence des
commandes sur un
période

Montant



Panier moyen du client
sur la période

La méthode RFM de segmentation des clients permet une réflexion sur la stratégie de conquête et de fidélisation des clients

2.5 Appliquer ce mode opératoire aux données du garage fourni en Annexe 2 et proposer votre segmentation de la clientèle permettant d'identifier les clients les plus importants à fidéliser prioritairement.

Récence	Fréquence	Montant	Points
Commande < 3 mois	10 & +	90 001 & +	5
Commande entre 3 mois et 6 mois	8 à 9	60 000 à 90 000	4
Commande entre 6 mois et 9 mois	5 à 7	30 001 à 60 000	3
Commande entre 9 mois et 12 mois	2 à 4	15 001 à 30 000	2
Commande > 12 mois	1	>15 000	1

Vente véhicule occasion :

Clients	Prestation facturée	Récence (Date du dernier achat)	POINTS RECENCE	Fréquence (annuelle d'achat)	POINTS FREQUENCE	Montant (Total Chiffre d'affaires en euros)	POINT MONTANT	TOTAL
Uranus Micro SAS	Vente véhicule occasion	14-déc.-21	4	2	2	21 563 €	2	8
Floréal Fleuriste SARL	Vente véhicule occasion	16-oct.-21	4	1	1	28 250 €	2	7
John Peace	Vente véhicule occasion	16-déc.-21	4	1	1	18 590 €	2	7
Olivier Ballardard	Vente véhicule occasion	13-nov.-21	4	1	1	16 850 €	2	7
Ophélie Grachaud	Vente véhicule occasion	26-nov.-21	4	1	1	15 230 €	2	7
Mairie de Saint Langis lès Mortagne	Vente véhicule occasion	10-oct.-21	4	1	1	12 659 €	1	6
Mélanie Figaro	Vente véhicule occasion	15-oct.-21	4	1	1	11 900 €	1	6
Alain Salage	Vente véhicule occasion	9-juil.-21	3	1	1	14 800 €	1	5
Jean Ferel	Vente véhicule occasion	28-mai-21	2	1	1	16 840 €	2	5
Edouard Patrol	Vente véhicule occasion	5-juin-21	2	1	1	5 425 €	1	4
Georges Duchemin	Vente véhicule occasion	2-mai-21	2	1	1	8 500 €	1	4
Hôtel des voyageurs	Vente véhicule occasion	16-mars-21	1	1	1	15 600 €	2	4
Louise Berger	Vente véhicule occasion	16-juin-21	2	1	1	9 800 €	1	4
Patricia Barapu	Vente véhicule occasion	15-avr.-21	2	1	1	11 236 €	1	4
Sophie Valleau	Vente véhicule occasion	6-avr.-21	2	1	1	8 975 €	1	4
Imprimerie Prunier SARL	Vente véhicule occasion	15-févr.-21	1	1	1	12 564 €	1	3
Patrice Rogerie	Vente véhicule occasion	25-janv.-21	1	1	1	14 300 €	1	3

Entretien mécanique :

Clients	Prestation facturée	Récence (Date du dernier achat)	POINTS RECENCE	Fréquence (annuelle d'achat)	POINTS FREQUENCE	Montant (Total Chiffre d'affaires en euros)	POINT MONTANT	TOTAL
Ambulances de l'Ouest SARL	Entretien mécanique	26-nov.-21	4	8	4	5 480 €	1	9
Ambulances du Perche SARL	Entretien mécanique	14-déc.-21	4	9	4	12 580 €	1	9
Charpente Bernard SARL	Entretien mécanique	22-déc.-21	4	8	4	3 900 €	1	9
Taxis Jardin SAS	Entretien mécanique	9-déc.-21	4	8	4	8 900 €	1	9
Boseleau Chauffagiste SAS	Entretien mécanique	4-oct.-21	4	5	3	2 060 €	1	8
Electricité Falitte SAS	Entretien mécanique	15-nov.-21	4	5	3	1 900 €	1	8
Fenêtres du Perche SAS	Entretien mécanique	25-nov.-21	4	5	3	2 580 €	1	8
Misset Peinture SARL	Entretien mécanique	2-déc.-21	4	4	2	28 050 €	2	8
Centre Contrôle technique du Perche SARL	Entretien mécanique	29-nov.-21	4	2	2	690 €	1	7
Les Escaliers de Normandie SARL	Entretien mécanique	16-oct.-21	4	2	2	480 €	1	7
Mairie de Saint Langis lès Mortagne	Entretien mécanique	18-nov.-21	4	2	2	1 500 €	1	7
PiscinesPlus SA	Entretien mécanique	15-sept.-21	3	6	3	980 €	1	7
Alain Salage	Entretien mécanique	26-oct.-21	4	1	1	110 €	1	6
Antoine Cosit	Entretien mécanique	15-oct.-21	4	1	1	160 €	1	6
Floréal Fleuriste SARL	Entretien mécanique	29-août-21	3	3	2	520 €	1	6
Hôtel des voyageurs	Entretien mécanique	20-août-21	3	2	2	640 €	1	6
John Peace	Entretien mécanique	9-sept.-21	3	2	2	350 €	1	6
Normandie Informatique SAS	Entretien mécanique	5-juil.-21	3	2	2	320 €	1	6
Sophie Valteau	Entretien mécanique	25-oct.-21	4	1	1	110 €	1	6
Amélie Duroc	Entretien mécanique	26-août-21	3	1	1	260 €	1	5
Experts comptables de l'Ouest	Entretien mécanique	7-juil.-21	3	1	1	180 €	1	5
Georges Duchemin	Entretien mécanique	16-juin-21	2	2	2	350 €	1	5
Imprimerie Prunier SARL	Entretien mécanique	28-août-21	3	1	1	110 €	1	5
Olivier Ballardard	Entretien mécanique	25-juin-21	2	2	2	360 €	1	5
Ophélie Grachaud	Entretien mécanique	20-juin-21	2	2	2	180 €	1	5
Uranus Micro SAS	Entretien mécanique	19-juil.-21	3	1	1	350 €	1	5
Edouard Patrol	Entretien mécanique	25-juin-21	2	1	1	160 €	1	4
Mélanie Figaro	Entretien mécanique	29-juin-21	2	1	1	105 €	1	4
Patrice Rogerie	Entretien mécanique	28-juin-21	2	1	1	90 €	1	4

Patricia Barapu	Entretien mécanique	19-juin-21	2	1	1	150 €	1	4
Etablissement Goupil SARL	Entretien mécanique	18-mars-21	1	1	1	450 €	1	3
Henry Sarazin	Entretien mécanique	15-janv.-21	1	1	1	135 €	1	3
Jean Ferel	Entretien mécanique	15-mars-21	1	1	1	150 €	1	3
Louise Berger	Entretien mécanique	18-janv.-21	1	1	1	125 €	1	3
Pressing du Perche SAS	Entretien mécanique	29-janv.-21	1	1	1	390 €	1	3

Vente véhicule neuf :

Clients	Prestation facturée	Récence (Date du dernier achat)	POINTS RECENCE	Fréquence (annuelle d'achat)	POINTS FREQUENCE	Montant (Total Chiffre d'affaires en euros)	POINT MONTANT	TOTAL
Ambulances de l'Ouest SARL	Vente véhicule neuf	15-oct.-21	4	2	2	99 568 €	5	11
Charpente Bernard SARL	Vente véhicule neuf	20-déc.-21	4	3	2	99 500 €	5	11
Electricité Falitte SAS	Vente véhicule neuf	18-sept.-21	3	3	2	112 650 €	5	10
Fenêtres du Perche SAS	Vente véhicule neuf	19-nov.-21	4	3	2	68 050 €	4	10
PiscinesPlus SA	Vente véhicule neuf	26-sept.-21	3	3	2	106 870 €	5	10
Ambulances du Perche SARL	Vente véhicule neuf	28-juin-21	2	3	2	156 987 €	5	9
Boseleau Chauffagiste SAS	Vente véhicule neuf	4-nov.-21	4	2	2	56 235 €	3	9
Taxis Jardin SAS	Vente véhicule neuf	25-sept.-21	3	2	2	80 256 €	4	9
Centre Contrôle technique du Perche SARL	Vente véhicule neuf	15-avr.-21	2	2	2	65 250 €	4	8
Misset Peinture SARL	Vente véhicule neuf	12-juin-21	2	2	2	55 236 €	3	7
Experts comptables de l'Ouest	Vente véhicule neuf	19-sept.-21	3	1	1	16 890 €	2	6
Pressing du Perche SAS	Vente véhicule neuf	20-juil.-21	3	1	1	26 890 €	2	6
Amélie Duroc	Vente véhicule neuf	25-janv.-21	1	1	1	35 900 €	3	5
Antoine Cosit	Vente véhicule neuf	12-mars-21	1	1	1	35 699 €	3	5
Etablissement Goupil SARL	Vente véhicule neuf	19-août-21	3	1	1	12 897 €	1	5
Les Escaliers de Normandie SARL	Vente véhicule neuf	15-janv.-21	1	1	1	45 000 €	3	5
Henry Sarazin	Vente véhicule neuf	19-mars-21	1	1	1	23 500 €	2	4
Normandie Informatique SAS	Vente véhicule neuf	16-févr.-21	1	1	1	24 550 €	2	4

Emetteur	Destinataire
Groupe 3	M. Bayi Dirigeant

Note de synthèse n°14 : Segmentation de la clientèle

Suite à l'analyse RFM par catégorie de prestations facturées, vous trouverez une analyse ci-dessous.

1. Vente de véhicule occasion

Dans un premier temps, le client **Uranus Micro SAS** est le client le plus fidèle, avec un score de 8. De plus il serait intéressant d'envisager une campagne de fidélisation à destination des clients qui ont obtenu un score égal au supérieur à 6 points.

Par ailleurs vous pourrez trouver le tableau de notation des clients ayant achetés véhicule d'occasion.

2. Entretien mécanique

Dans un second temps, nous pouvons voir que dans le tableau de prestation d'entretien mécanique nous avons 4 clients avec un score de 9 points. Ces clients sont : **Ambulances de l'Ouest SARL, Ambulances du perche SARL, Charpente Bernard SARL ainsi que Taxis Jardin SAS**. Il serait pertinent d'envisager un programme de fidélisation à destination des clients ayant un score supérieur ou égal à 7.

Par ailleurs vous pourrez trouver le tableau de notation des clients ayant eus recours à des prestations d'entretien mécanique.

3. Vente véhicule neuf

Par la suite, dans le tableau de prestation de vente de véhicule neuf, nous pouvons voir que deux clients ont un score de 11 points. Il s'agit de : **Ambulances de l'Ouest SARL et de Charpente Bernard SARL**. Les clients avec un score égal au supérieur à 8 points seront intéressants à fidéliser.

Par ailleurs vous pourrez trouver le tableau de notation des clients ayant achetés un véhicule neuf.

Conclusion :

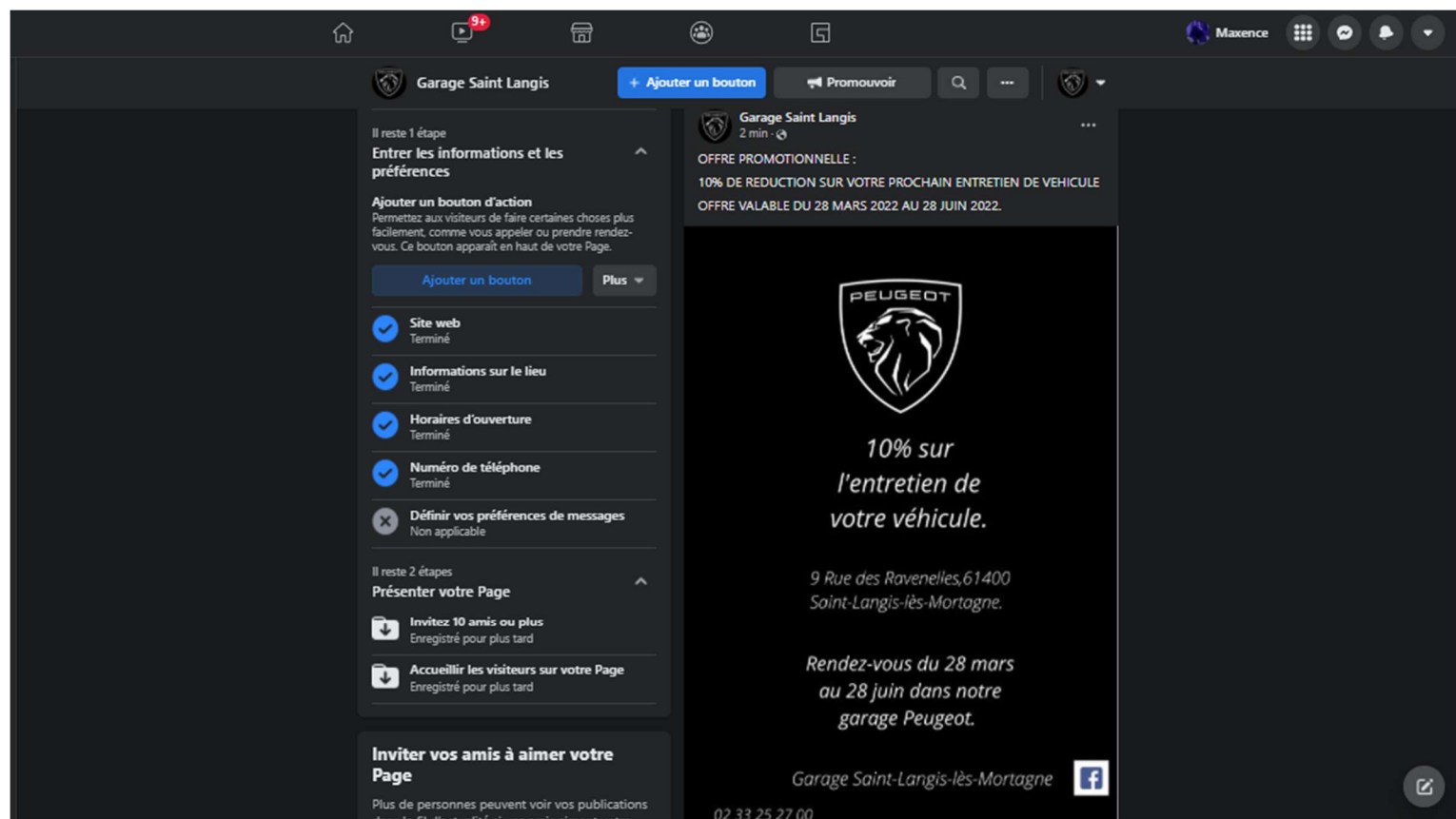
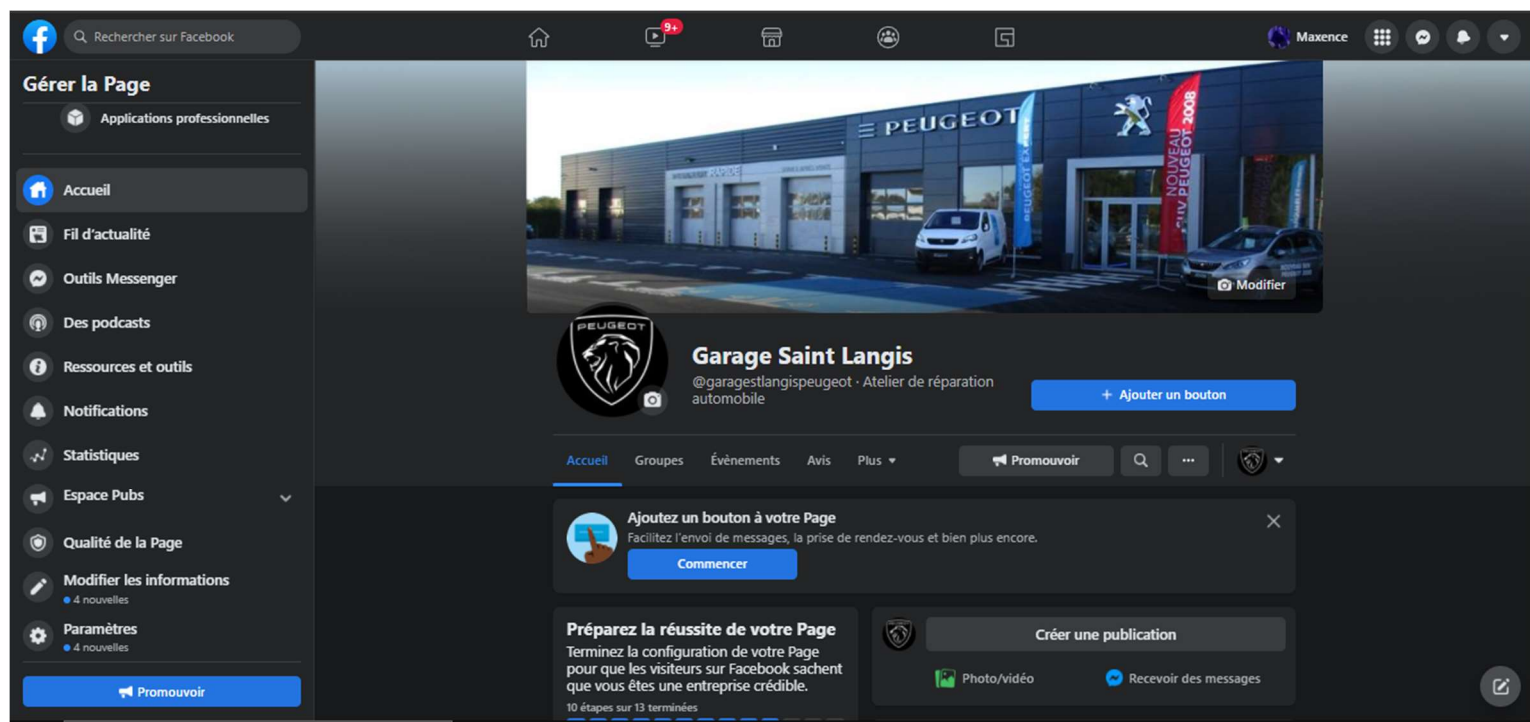
Pour conclure, les clients à fidéliser en priorité sont généralement les clients dépensant le plus au sein d'une catégorie de prestation. Par exemple, concernant la vente de véhicule neuf, il est intéressant de fidéliser les clients dépensant un minima de 60 000€. Dans le cas de l'entretien mécanique, il s'agit des clients dépensant au minimum 1 000€. Néanmoins, dans le cas de la vente de véhicule d'occasion, aucun signe apparent ne permet de savoir quel client il faut fidéliser, sans avoir recours à l'analyse RFM.

Activité 3 : Proposer un programme de fidélisation

Page Facebook :

Le public visé par cette action de fidélisation est la clientèle générale de l'entreprise (peu importe le montant des ventes précédentes et la fidélité du client).

L'utilisation et la mise à jour d'une page Facebook représente un faible coût financier, hormis dans le cas où l'entreprise embauche un community manager.



SMS de Promotion :

Le public visé par cette action de fidélisation est principalement la clientèle ayant obtenues un score intéressant suite à l'analyse RFM. La base de données pour l'envoi des SMS peut être construite en fonction des fiches clients, traitées en amont des résultats de l'analyse RFM. Des applications permettent de gérer l'envoi de ce type de SMS, comme Sendinblue SMS, par exemple.

Cette opération de fidélisation représente un certain coût financier en fonction du prestataire utilisé pour l'envoi de SMS.



Application mobile :

Application à destination des clients professionnels, se connectant avec leur compte client enregistré au sein de l'entreprise. Cette application permettra aux clients de prendre réservation auprès du garage pour une intervention. De plus, un onglet réduction peut être intégré afin de regrouper l'ensemble des réductions auxquels le client aura droit (les réductions changeront en fonction du client, d'où l'importance de se connecter avec son compte client, car l'entreprise gérera les réductions en fonction des comptes clients). Le client recevra donc une notification lui indiquant le montant de la réduction.

Cette application représentera un certain coût car de la maintenance devra être effectuée afin de corriger les éventuels bugs informatique. De plus, le traitement des commandes et des demandes réalisées directement depuis l'application nécessitera la présence d'un nouvel employé afin de gérer cette dernière.

