

COMMENT EVALUER LA FIDELITE ET LA VALEUR CLIENT ?

1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

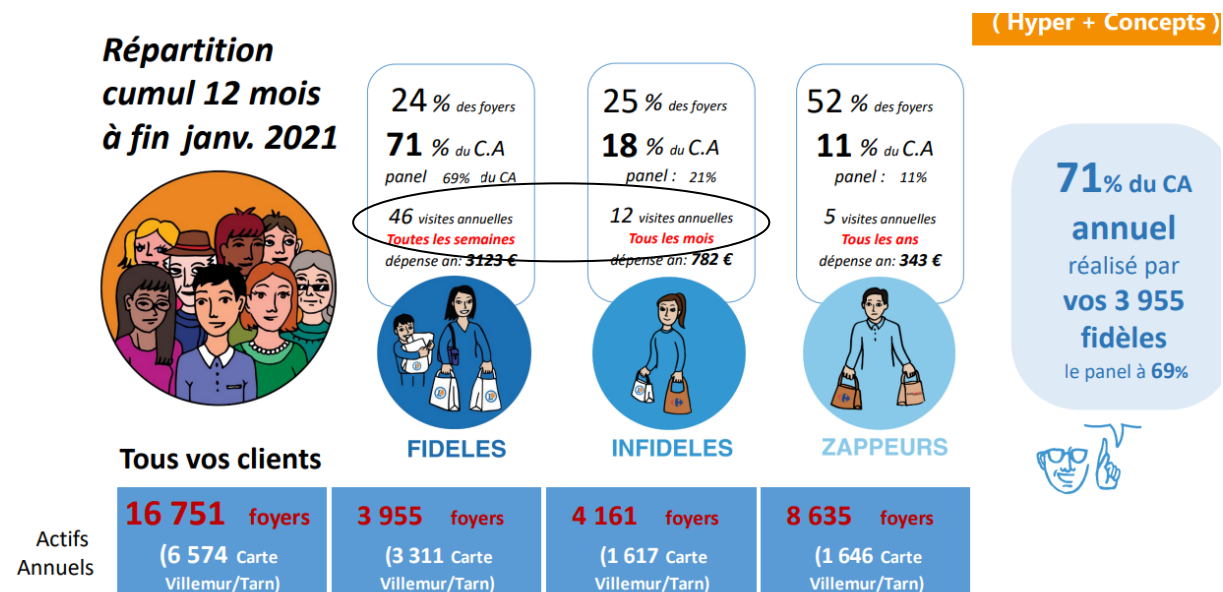
Vous voulez prouver que votre action en stage (enquête de satisfaction ?, gestion des réclamations encartage des clients ...) permet d'augmenter la fidélité de la clientèle et d'augmenter la valeur client

La FIDELITE s'inscrit dans l'équation KEPNERIENNE

CA = trafic X TT X PM X Frq

La fidélité est « mesurée » par la Fréquence

Collecter les informations en entreprise sur le panier moyen des et la Frq des clients encartés :



2 Fidélisation

Il faut montrer que votre action en stage a permis de conserver le client ou de le faire revenir. Une étude de satisfaction est insuffisante si l'étudiant ne fait pas le lien en satisfaction → fidélité

Les meilleures actions sont donc les suivantes :

encartage



gestion des réclamations qui peuvent transformer un « pépin en pépite »

3 valeur client

A partir des indicateurs PM et Frq calculer la valeur du client sur 1 an

4 Préconisations

- **mise en place du RFM**

