Question 1 : Définir la fidélisation de la clientèle et expliquer son importance stratégique pour l'entreprise.

Question 2 : Analyser le rôle de la satisfaction client dans la construction d'une relation commerciale durable.

Question 3 : Expliquer comment un programme de fidélité peut contribuer à améliorer la performance commerciale d'une entreprise. Présenter ses principales formes.

Question 4 : Montrer comment la gestion de la relation client (CRM) contribue à la personnalisation et à la fidélisation de la clientèle.

Question 5 : Analyser l'importance du service après-vente dans la fidélisation de la clientèle.

Question 6 : Distinguer la fidélité comportementale de la fidélité attitudinale et expliquer leur complémentarité.

Question 7 : Présenter les principaux indicateurs permettant de mesurer l'efficacité d'une stratégie de fidélisation.

Question 8 : Expliquer comment la qualité de la communication et la personnalisation des offres peuvent renforcer l'engagement des clients.

Question 9 : Analyser les principales causes de la perte de clientèle et proposer des mesures correctives adaptées.

Question 10 : Montrer que la fidélisation de la clientèle constitue un avantage concurrentiel durable et expliquer les conditions nécessaires à sa réussite.