La société **MODE MAROC**, spécialisée dans la vente de vêtements, dispose d'une base de données de 1 000 clients.

Le responsable commercial souhaite segmenter sa clientèle afin de mettre en place des actions de fidélisation adaptées.

Après analyse des données CRM, les clients sont répartis en quatre catégories :

Segments	Nombre de clients	CA annuel moyen par client	Marge moyenne
Clients VIP	100	5 000 DH	40 %
Clients réguliers	300	2 000 DH	35 %
Clients occasionnels	400	800 DH	30 %
Clients inactifs	200	0 DH	—

Le responsable commercial dispose d'un budget de fidélisation de 60 000 DH.

Il propose les actions suivantes :

Actions	Coût unitaire
Cadeau personnalisé VIP	100 DH
Bon de réduction clients réguliers	50 DH
Campagne SMS clients occasionnels	10 DH
Campagne de réactivation clients inactifs	20 DH

La direction souhaite consacrer le budget aux quatre catégories de clients.

Travail à faire

1. Calculez le chiffre d'affaires annuel réalisé par chaque segment.
2. Calculez la marge annuelle réalisée par chaque segment.

3. Identifiez les segments les plus importants pour l'entreprise.
4. Calculez le coût d'une campagne ciblant l'ensemble des clients de chaque segment.
5. Vérifiez si le budget de 60 000 DH permet de réaliser toutes les actions.
6. Proposez une répartition budgétaire adaptée.
7. Présentez une action de fidélisation spécifique à chaque segment.
8. Expliquez l'intérêt de la segmentation CRM dans la fidélisation.