La société **SUPERMARCHÉ AL AMANA** possède plusieurs points de vente au Maroc.

Elle constate que de nombreux clients effectuent leurs achats chez les concurrents malgré une offre commerciale diversifiée.

La direction souhaite élaborer un plan stratégique de fidélisation sur une période de 12 mois.

Les données disponibles sont les suivantes :

Indicateurs	Valeurs
Nombre de clients enregistrés	20 000
Clients actifs	12 000
Clients ayant effectué plusieurs achats	6 600
Chiffre d'affaires annuel	18 000 000 DH
Panier moyen	300 DH
Nombre moyen d'achats par client actif	5
Taux de satisfaction	68 %
Budget disponible	180 000 DH

La direction fixe les objectifs suivants :

- Augmenter le taux de réachat à 65 %.
- Atteindre un taux de satisfaction de 85 %.
- Réduire les réclamations de 30 %.
- Augmenter le chiffre d'affaires de 12 %.
- Développer une base de données clients exploitable.

Travail à faire

1. Calculez le taux de réachat actuel.
2. Calculez le nombre de clients supplémentaires nécessaires pour atteindre un taux de réachat de 65 %, en supposant que le nombre de clients actifs reste constant.

3. Calculez le chiffre d'affaires prévisionnel après augmentation de 12 %.
4. Déterminez le montant de l'augmentation du chiffre d'affaires.
5. Proposez une répartition du budget de 180 000 DH entre les différentes actions de fidélisation.
6. Élaborez un calendrier de mise en œuvre sur 12 mois.
7. Définissez les indicateurs de performance.
8. Présentez les conditions de réussite du plan stratégique.