1. Taux de réachat actuel

6600 / 12000 X 100=55 %

Le taux de réachat actuel est de 55 %.

2. Nombre de clients nécessaires pour atteindre 65 %

12000 X 65 %=7800

Nombre de clients supplémentaires :

7800-6600=1200

L'entreprise doit obtenir 1 200 clients supplémentaires ayant effectué plusieurs achats, sous l'hypothèse d'un nombre de clients actifs constant.

3. Chiffre d'affaires prévisionnel

18 000 000 X 1,12 =20 160 000 DH

4. Augmentation du chiffre d'affaires

20 160 000-18 000 000 =2 160 000 DH

5. Répartition du budget

Actions	Budget	Pourcentage
Programme de fidélité	54 000 DH	30 %
Amélioration du service client	36 000 DH	20 %
Digitalisation et CRM	45 000 DH	25 %
Communication personnalisée	27 000 DH	15 %
Enquêtes de satisfaction	18 000 DH	10 %
Total	**180 000 DH**	**100 %**

6. Calendrier de mise en œuvre

Période	Actions
Mois 1 à 2	Diagnostic et segmentation de la clientèle
Mois 3 à 4	Mise en place du CRM
Mois 5 à 6	Lancement du programme de fidélité
Mois 7 à 8	Campagnes de communication personnalisées
Mois 9 à 10	Évaluation de la satisfaction et ajustements
Mois 11 à 12	Bilan des résultats et amélioration du programme

7. Tableau de bord de fidélisation

Indicateurs	Situation initiale	Objectif
Taux de réachat	55 %	65 %
Satisfaction	68 %	85 %
Réclamations	Base 100	Base 70
Chiffre d'affaires	18 MDH	20,16 MDH
Clients actifs	12 000	À suivre

8. Conditions de réussite

- L'implication de la direction générale.
- La formation du personnel commercial.
- La fiabilité des données clients.
- La pertinence des avantages accordés.
- La qualité du service après-vente.
- Le respect des préférences et de la confidentialité des clients.
- Le suivi régulier des indicateurs de performance.