1. Taux de fidélisation

Formule :

TF= Clients conservés/ Clients au début X 100

Année N-1 :

TF= 1600 / 2000 X 100=80 %

Année N :

TF= 1650 / 2200 X 100=75 %

2. Taux de perte de clientèle

Taux de perte=100-TF

- Année N-1 : 100 % - 80 % = 20 %.
- Année N : 100 % - 75 % = 25 %.

3. Taux de réachat

TR= Clients ayant effectué plusieurs achats/ Clients actifs au début X 100

- Année N-1 :

1200 / 2000 X 100=60 %

- Année N :

1320 / 2200 X 100=60 %

Le taux de réachat est stable.

4. Taux de satisfaction

- Année N-1 :

1500 / 2000 X 100=75 %

- Année N :

$$\frac{1650}{2200}\times100=75\%$$

Le taux de satisfaction reste stable.

5. Taux de réclamations

- Année N-1 :

$$\frac{100}{2000}\times100=5\%$$

- Année N :

180 / 2200 X 100=8,18 %

6. Analyse

La situation de DISTRIMAROC révèle une dégradation de la fidélisation, puisque le taux de fidélisation passe de 80 % à 75 %.

Le taux de perte augmente de 20 % à 25 %. Malgré la stabilité du taux de satisfaction et du taux de réachat, les réclamations augmentent sensiblement.

L'entreprise doit donc rechercher les causes de départ de ses clients et améliorer la qualité de sa relation commerciale.

7. Actions correctives

- Améliorer le traitement des réclamations.
- Renforcer la qualité du service client et du suivi après-vente.
- Mettre en place un programme de fidélité adapté aux différents segments.