Corrigé

Client	Profil	Offre personnalisée
A	Client régulier à forte valeur	Accès prioritaire aux nouveaux ordinateurs et assistance premium.
B	Client occasionnel	Promotion sur les accessoires informatiques.
C	Client fidèle	Programme VIP et avantages exclusifs sur les smartphones.
D	Client inactif	Offre de réactivation et message de reprise de contact.
E	Client régulier	Réduction sur les consommables et services liés aux imprimantes.

3. Limites d'une offre uniforme

Les clients ont des besoins, des budgets et des comportements différents. Une offre identique risque donc d'être inadaptée à une partie de la clientèle et de générer peu de résultats commerciaux.

4. Avantages du CRM

- Centralisation des informations clients.
- Segmentation et personnalisation des offres.
- Suivi de l'historique des achats et des interactions.

5. Protection des données

L'entreprise doit notamment :

- Respecter la réglementation marocaine relative à la protection des données personnelles, notamment la loi 09-08.
- Informer les clients sur l'utilisation de leurs données.
- Sécuriser les informations enregistrées.
- Respecter les règles applicables à la prospection commerciale et aux communications non sollicitées.
- Limiter l'accès aux informations aux personnes autorisées.