Corrigé proposé

1. Diagnostic

ATLAS MARKET présente plusieurs insuffisances dans sa politique de relation client. L'absence de programme de fidélité, la mauvaise qualité de l'accueil, le manque de personnalisation et l'insuffisance du suivi après-vente constituent des facteurs susceptibles d'expliquer la diminution du nombre de clients réguliers.

2 et 3. Plan global de fidélisation

Mesures	Actions concrètes
Qualité des produits et services	Contrôler la qualité des produits ; améliorer la disponibilité des articles.
Service client	Former les vendeurs ; réduire les délais de traitement des réclamations.
Programme de fidélité	Créer une carte de fidélité ; proposer des points cumulables.
Personnalisation	Installer un CRM ; segmenter les clients.
Suivi après-vente	Mettre en place une cellule SAV ; suivre les réclamations.
Communication	Envoyer des offres ciblées ; développer les newsletters.
Avis clients	Organiser des enquêtes ; analyser les avis et les réclamations.

4. Programme d'action sur six mois

Période	Actions principales
Mois 1	Diagnostic et enquête de satisfaction
Mois 2	Formation du personnel et

	amélioration de l'accueil
Mois 3	Lancement du programme de fidélité
Mois 4	Mise en place du CRM et segmentation
Mois 5	Développement du suivi après-vente et des campagnes personnalisées
Mois 6	Évaluation des résultats et ajustement des actions

5. Indicateurs de suivi

- Taux de fidélisation.
- Taux de réachat.
- Taux de satisfaction.
- Taux de réclamations.
- Délai moyen de traitement des réclamations.
- Taux d'utilisation des avantages de fidélité.
- Chiffre d'affaires réalisé auprès des clients fidèles.

6. Avantages attendus

- Amélioration de la satisfaction.
- Augmentation des achats répétés.
- Réduction de la perte de clientèle.
- Renforcement de l'image de marque.
- Amélioration de la rentabilité commerciale.
- Meilleure connaissance des besoins des clients.

7. Conclusion destinée à la direction

La fidélisation de la clientèle représente un levier stratégique essentiel pour améliorer la compétitivité et assurer la pérennité d'ATLAS MARKET. La mise en place d'une politique globale fondée sur la qualité des produits et des services, l'amélioration de la relation

client, la personnalisation des offres et le suivi après-vente permettra à l'entreprise de renforcer la confiance de ses consommateurs.

Il est donc recommandé de mettre en œuvre un programme structuré de fidélisation, accompagné d'indicateurs de performance permettant d'évaluer régulièrement les résultats et d'améliorer continuellement les actions commerciales.