La société MAROC DISTRIBUTION est spécialisée dans la commercialisation de matériel informatique et électronique. Elle dispose de cinq points de vente et d'un site marchand.

Depuis deux ans, l'entreprise connaît une progression de son chiffre d'affaires, mais elle constate une dégradation de sa relation avec les clients.

Les informations recueillies par la direction sont les suivantes :

- Les données clients sont réparties entre les différents magasins.
- Les commerciaux ne disposent pas d'un historique complet des achats.
- Les réclamations sont traitées sans procédure commune.
- Les clients reçoivent parfois des offres commerciales inadaptées à leurs besoins.
- Les délais de réponse aux demandes sont relativement longs.
- L'entreprise ne dispose pas d'indicateurs fiables pour mesurer la satisfaction.
- Les différents services communiquent peu entre eux.

La direction souhaite mettre en place une véritable stratégie de Gestion de la Relation Client.

Travail à faire

1. Identifiez les principales insuffisances de la gestion de la relation client.
2. Classez ces insuffisances selon les trois dimensions de la GRC : stratégique, organisationnelle et technologique.
3. Expliquez les conséquences possibles de ces insuffisances sur la satisfaction et la fidélisation.
4. Proposez une stratégie GRC adaptée à la situation de l'entreprise.
5. Présentez cinq actions prioritaires permettant d'améliorer la relation client.
6. Expliquez pourquoi la GRC doit être considérée comme une responsabilité partagée par l'ensemble des services.