L'entreprise TECHNOMARKET commercialise des équipements informatiques.

Elle distingue plusieurs catégories de clients :

Catégorie	Effectif
Prospects identifiés	1 000
Nouveaux clients acquis	300
Clients actifs	750
Clients inactifs	150
Anciens clients ayant cessé leurs achats	100

La direction commerciale souhaite améliorer la gestion du cycle de vie de ses clients.

Travail à faire

1. Présentez les principales étapes du cycle de vie du client.
2. Associez chaque catégorie de clients à l'étape correspondante du cycle de vie.
3. Proposez une action commerciale adaptée aux prospects.
4. Proposez deux actions permettant de renforcer la fidélité des clients actifs.
5. Élaborez une stratégie de reconquête des clients inactifs et des anciens clients.
6. Expliquez pourquoi la relation client ne s'arrête pas après la réalisation d'une vente.
7. Analysez le rôle de la satisfaction dans le passage d'un client occasionnel à un client fidèle.