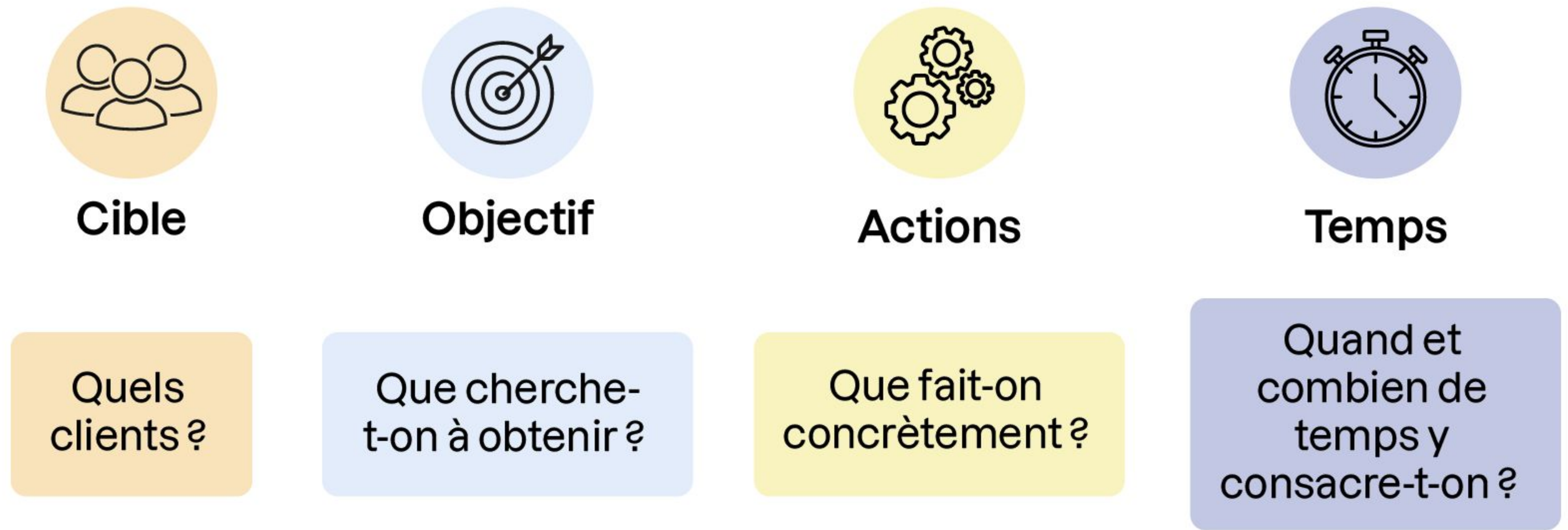




- 1 Nettoyer et fiabiliser les données clients.
- 2 Calculer les KPI pour analyser la performance.
- 3 Segmenter le portefeuille avec Pareto et ABC.
- 4 Appliquer le scoring RFM pour affiner les segments.
- 5 Aligner l'offre commerciale avec les segments clés.



Composition d'un plan d'actions commercial

Bonnes pratiques 👍

- ✓ Vérifier la qualité des coordonnées clients.
- ✓ Fusionner les doublons dans la base de données.
- ✓ Utiliser les KPI pour prioriser les actions.
- ✓ Appliquer la méthode ABC pour segmenter.
- ✓ Analyser récence, fréquence, montant avec RFM.
- ✓ Adapter les actions commerciales à chaque segment.
- ✓ Visualiser les données pour faciliter la lecture.
- ✓ Évaluer les résultats des campagnes de fidélisation.

Définitions 🔍

- KPI** : Indicateur chiffré permettant de mesurer la performance commerciale d'un portefeuille client.
- Loi de Pareto** : Principe selon lequel 20 % des clients génèrent environ 80 % du chiffre d'affaires.
- Méthode ABC** : Classement des clients en 3 catégories (A, B, C) selon leur contribution au chiffre d'affaires.
- Scoring RFM** : Méthode de notation basée sur la récence, la fréquence et le montant des achats d'un client.
- Marketing mix (4P)** : Ensemble des leviers produit, prix, distribution et communication pour structurer l'offre.