

Base de données

Nom du restaurant	Nombre de mois depuis le dernier achat	Nombre de commandes passées au cours des 12 derniers mois :	Panier moyen en €
Le Bistrot de l'Olivier	2	6	1 150 €
La Fourchette du Soleil	10	2	320 €
Chez Martino	5	1	150 €
Le Patio Savoureux	6	1	2 400 €
Auberge des Cyprès	1	11	90 €
La Table de Victoire	18	0	50 €
La Brise Gourmande	9	4	840 €
Le Comptoir du Marché	4	2	450 €
La Casserole Provençale	7	2	125 €
Les Délices du Faubourg	3	1	170 €

Critères de scoring

Critères	Récence du dernier achat			Fréquence d'achat			Montant des produits achetés		
	Nombre de mois depuis le dernier achat			Nombre de commandes passées au cours des 12 derniers mois :			Panier moyen en €		
	≥ 9	entre 9 et 3	≤ 3	0	entre 1 et 5	≥ 5	≤ 100	entre 100 et 1000	≥ 1 000
Scores	0	2	5	0	2	5	0	2	5

Analyse des segments

Segment	Score RFM	Profil client	Actions commerciales recommandées
Très bons clients	13 à 15	Clients très récents, très fréquents et au panier élevé. Fidèles, engagés, rentables. Ils représentent la base solide du portefeuille.	<ul style="list-style-type: none"> - Offres VIP ou avantages exclusifs - Mise en avant de nouveautés/premiums - Rendez-vous réguliers pour sécuriser la relation - Programme fidélité renforcé - Suivi commercial personnalisé
Bons clients	7 à 12	Clients réguliers ou récents, mais dont un des critères (fréquence ou montant) est moins élevé. Bon potentiel d'évolution vers le segment supérieur.	<ul style="list-style-type: none"> - Campagnes d'upsell (produits plus qualitatifs) - Offres incitatives pour augmenter la fréquence - Relances personnalisées - Mise en avant des gammes complémentaires (cross-sell)
Clients tièdes	1 à 6	Clients peu engagés : anciens, peu fréquents ou à faible panier moyen. Segment hétérogène composé de clients en perte de vitesse ou à faible valeur.	<ul style="list-style-type: none"> - Campagnes de réactivation ciblées - Offres découverte ou remises limitées - Emails automatisés pour relancer l'intérêt - Mise en avant des produits indispensables et simples à tester
Nouveaux clients ou inactifs	0	Clients qui n'ont pas acheté depuis très longtemps ou jamais. Très faible engagement, aucune visibilité sur leur potentiel réel.	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne de réactivation forte (appel direct, geste commercial) - Relance par message personnalisé - Offres "première commande" ou "retour" - Séquence d'onboarding pour nouveaux clients

Scoring RFM

Nom du restaurant	Nombre de mois depuis le dernier achat	Score Récence	Nombre de commandes passées au cours des 12 derniers mois :	Score Fréquence	Panier moyen en €	Score Montant	Score RFM total
Le Bistrot de l'Olivier	2	5	6	5	1 150 €	5	15
La Fourchette du Soleil	10	0	2	2	320 €	2	4
Chez Martino	5	2	1	2	150 €	2	6
Le Patio Savoureux	6	2	1	2	2 400 €	5	9
Auberge des Cyprès	1	5	11	5	90 €	0	10
La Table de Victoire	18	0	0	0	50 €	0	0
La Brise Gourmande	9	0	4	2	840 €	2	4
Le Comptoir du Marché	4	2	2	2	450 €	2	6
La Casserole Provençale	7	2	2	2	125 €	2	6
Les Délices du Faubourg	3	5	1	2	170 €	2	9