|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Réflexion 3 – Pourquoi fidéliser les clients | | |
| **Durée** : 20’ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

### **Travail à faire**

Après avoir lu le **document**, répondez aux questions suivantes en justifiant vos réponses :

1. Pourquoi 50 % des entreprises perdent-elles leurs clients tous les 5 ans ?
2. **Pourquoi, 68 % des clients changent-ils de fournisseur par manque de contacts réguliers ?**
3. **Pourquoi, fidéliser un client coûte-t-il deux fois moins cher que de trouver un nouveau client ?**

**Doc. Statistiques**

* 50 % des entreprises perdent leurs clients tous les 5 ans**,**
* **68 % des clients changent de fournisseur par manque de contacts réguliers ;**
* **Fidéliser un client coûte deux fois moins cher que de trouver un nouveau client.**

*Source : Etude Harvard Business Review 2005 / Source : Livre Blanc Sage CRM & IDC 2005*

**Réponses**

1. Pourquoi 50 % des entreprises perdent-elles leurs clients tous les 5 ans ?
2. Pourquoi, 68 % des clients changent-ils de fournisseur par manque de contacts réguliers ?
3. Pourquoi, fidéliser un client coûte-t-il deux fois moins cher que de trouver un nouveau **client ?**

### **Réponses**

1. Comment est constitué la base de données consommateur de Criteo ?
2. Quelles sont les promesses de Criteo à ses annonceurs ?
3. Quel peut être l'apport de l'intelligence artificielle dans ce type de démarche ?