|  |  |
| --- | --- |
| Mission 2 - Choisir une opération de fidélisation et sensibiliser le personnel à la relation client | *Capture d’écran* |
| **Durée** : 40‘ | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Contexte professionnel**

M. Waits hésite entre plusieurs actions commerciales. Il vous demande de l’assister dans ce choix. Pour vous aider Il vous communique les informations suivantes :

* La société dispose d’un budget de communication des 20 000 € pour l’année ;
* Le chiffre d’affaires de la société est de 250 000 € ;
* le panier moyen est de 58,00 € ;
* le taux de marque (sur prix de vente) est de 22 % ;
* Le nombre de clients est de 3 400.

|  |
| --- |
| **Option 1****Faire une campagne de communication dans la presse nationale** |
| * Coût de conception d’un encart : 1 500 € HT de conception,
* Diffusion : 3 passages dans un hebdomadaire national = 3 000 € chaque passage,
* Retour commercial : accroissement de 20 % des ventes.
 |

|  |
| --- |
| **Option 2****Accorder une réduction de 10 % aux anciens clients pour toute nouvelle commande** |
| * Coût de l’opération : 400 € HT de frais de communication (création et diffusion promotion).
* Retour commercial :
* 20 % des clients passent une commande supplémentaire avec un panier moyen de 60 €,
* 40 % des clients passent une commande,
* Le panier moyen de ces commandes passe de 58 € à 75 €.
 |

**Travail à faire :**

1. Chiffrez les coûts et les recettes prévisionnels des deux opérations (utilisez les 2 tableaux ci-dessous).

**Tableau option 1**

|  |
| --- |
| **Solution** |
| **Dépenses** |  | **Recettes** |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Tableau option 2**

|  |
| --- |
| **Solution** |
| **Dépenses** |  | **Recettes** |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Indiquez l’option qui vous semble la plus intéressante pour l’entreprise.
2. M. Waits trouve que le personnel de la société pourrait s’investir davantage dans la fidélisation de la clientèle. Il vous demande de concevoir une charte de fidélité qui sera diffusée auprès du personnel. Elle est destinée à leur prodiguer des conseils dans la relation client et la fidélisation.