

## Projet 6 : Plan de fidélisation

CHEF DE PROJET	DB ASSOCIE
Stéphanie FOUCHER Responsable Marketing Client	Philippe LESCURE Directeur de bassin PACA

### - OBJECTIFS

Comprendre les causes de départ des clients P/M/G et engager des plans d'actions correctifs ciblés en fonction de leur typologie.

### - DESCRIPTION DU PROJET

Une étude réalisée en 2006 a mis en relief la nécessité de fidéliser nos clients (en 2006 le CA des clients perdus représente 83 % du CA des clients gagnés).

Ce constat a permis de déterminer les priorités de notre démarche de fidélisation et un plan d'actions a été conçu par l'équipe projet autour de 4 axes : la qualité de service, les tarifs, la relation client et les services.

Plus qu'une offre fidélisation qui récompenserait la fidélité de nos clients par des avantages tarifaires, le plan d'actions repose avant tout sur une démarche qualitative prenant en compte la typologie et le cycle de vie du Client. Il sera déployé sur le réseau en 2008 (à partir d'avril).