

THEME : LE CLIENT

*Le profit doit être la résultante de la
satisfaction
du client*

1. La connaissance de la demande



- Les différentes catégories de clients
- L'analyse de la demande potentielle



**NON-
CONSOMMATEURS
ABSOLUS (1)**



Ne peuvent acheter le produit

**NON-
CONSOMMATEURS
RELATIFS (2)**



Peuvent être susceptible d'acheter le produit à terme

← (2)+(3)+(4)
=
**marché
potentiel**

**LE MARCHE
DE LA FIRME (3)**



Acheteurs actuels

(3)+(4)
=
**marché
réel**

**LE MARCHE
DE LA CONCURRENCE
(4)**



Part de marché contrôlée par la concurrence



1. La connaissance de la demande



- Les différentes catégories de clients
- L'analyse de la demande potentielle
- Les indicateurs de la demande

Indicateurs
quantitatifs

Indicateurs
qualitatifs



2. La connaissance du client

- Les informations à recueillir
- Objectifs de la connaissance
- Outils de la connaissance



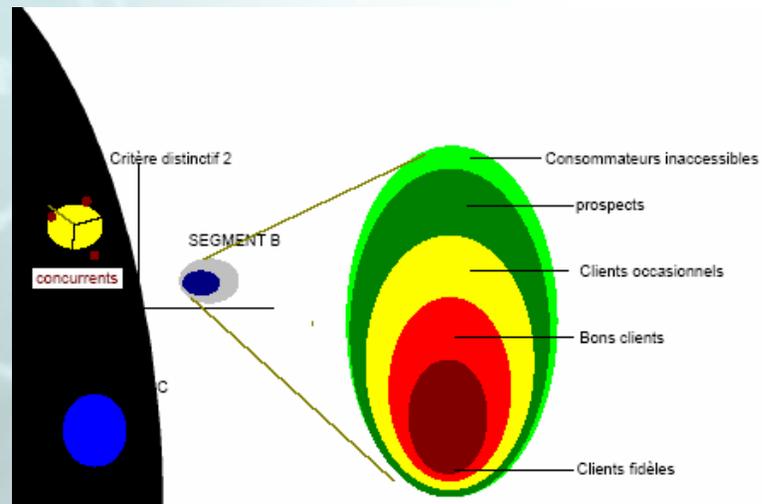
3. Doit-on veiller dans l'entreprise ?

- La veille ??
- Le veille commerciale ??
- La veille marketing ??



4. La segmentation de la clientèle ?

- Critères de segmentation
 - *Critères sociodémographiques*
 - *Critères psychosociologiques*
 - *Critères comportementaux*
- Méthodes de segmentation en GRC

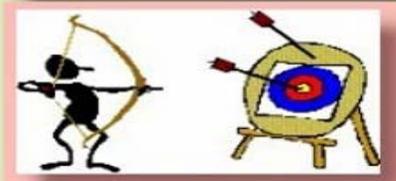


1 Segmentation & Typologie

La segmentation part du marché pour le découper en sous-ensembles homogènes

La typologie part des individus regroupés en catégories de comportements

2



Ciblage

Image voulue
Entreprise

Image perçue
Client

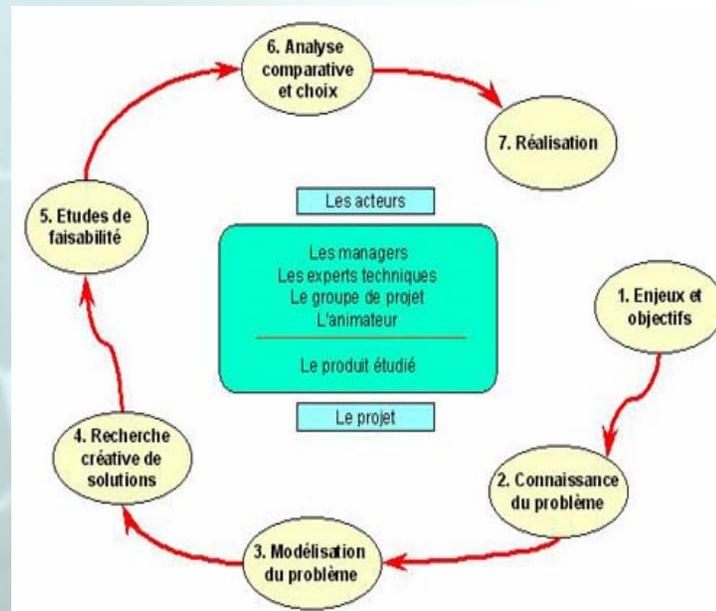
Concurrence

3
Positionnement



5. L'analyse de la valeur client

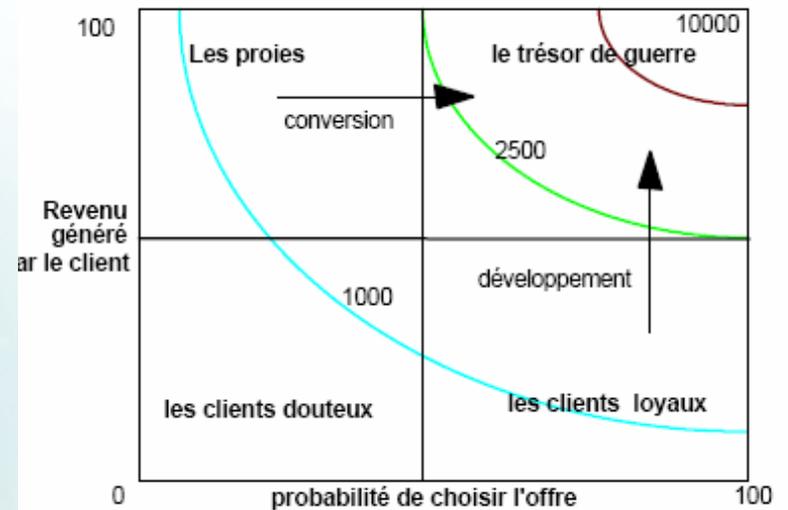
- **Qu'est-ce que la valeur ?**
 - *Définition*
 - *A quoi s'applique la notion de valeur ?*
 - *Qu'est-ce que l'analyse de valeur ?*
 - *Qu'est-ce qu'apporte l'analyse de la valeur ?*





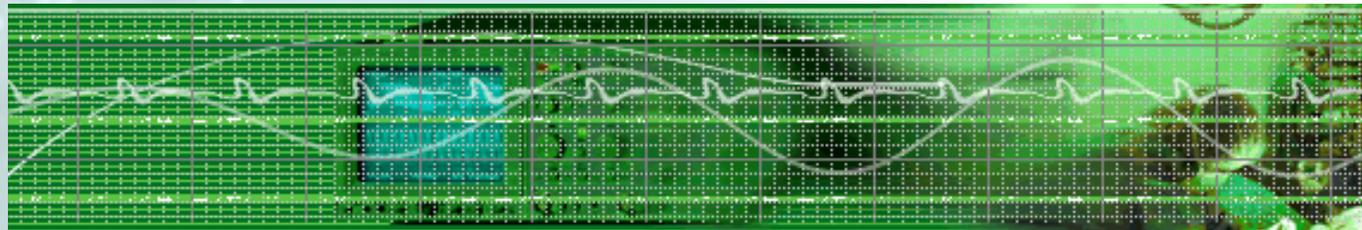
6. Analyse et rentabilité du portefeuille client

- Objectifs/Outils de l'analyse
- Indicateurs de rentabilité
- Gestion de la marge par le commercial
- Analyse de la maturité du portefeuille clients



7. La rentabilité du client

- Les coûts engagés pour le client
- Le retour sur investissement



8. La gestion du risque client

- Nature du risque
- Gestion du risque

