



SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE	5
CHAPITRE 1 STRATÉGIES DE FIDÉLISATION CLIENT	7
CHAPITRE 2 ANALYSE ET ANTICIPATION DES BESOINS	15
CHAPITRE 3 PERSONNALISATION DES OFFRES COMMERCIALES	23
CHAPITRE 4 MAINTIEN DE LA RELATION VIA RÉSEAUX SOCIAUX	31
CHAPITRE 5 DIFFUSION D'INFORMATIONS PRODUITS/SERVICES	39
CHAPITRE 6 RAPPELS ET RELANCES DES COMPTES INACTIFS	47
CHAPITRE 7 GESTION ET IMPLICATION DE LA CLIENTÈLE	55
CHAPITRE 8 ÉLABORATION D'ÉVÉNEMENTS PROMOTIONNELS	63
CHAPITRE 9 SUIVI DES STATISTIQUES DE SATISFACTION	73
CHAPITRE 10 ADAPTATION AUX TENDANCES DU MARCHÉ	81
CHAPITRE 11 CRÉATION DE CAMPAGNES DE FIDÉLISATION	89
CHAPITRE 12 ÉVALUATION DES OUTILS DE COMMUNICATION	97
CHAPITRE 13 STRATÉGIES DE RÉACTIVATION CLIENT	105
CHAPITRE 14 GESTION PROACTIVE DU PORTEFEUILLE CLIENT	115
CHAPITRE 15 DYNAMIQUE DE L'ENGAGEMENT CLIENT	123
CHAPITRE 16 PARTICIPATION CLIENT AUX DÉCISIONS	131
CHAPITRE 17 ANALYSE DE LA PERFORMANCE FIDÉLISATION	139
CHAPITRE 18 ÉVALUATION DES RETOURS CLIENTS	147
CONCLUSION GÉNÉRALE	155