

# Fidélité et attrition de la clientèle d'Opti'Sud

Les clients d'un opticien renouvellent leurs lunettes en moyenne tous les deux ans. Mme Ferrand mesure donc la fidélité sur deux ans (document 1) : un client actif au 1er janvier 2025 est fidèle s'il a acheté au moins une fois entre le 1er janvier 2025 et le 31 décembre 2026.

## Document 1 : suivi du portefeuille clients d'Opti'Sud

| Indicateur                                                                        | Clients |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Clients actifs au 1er janvier 2025                                                | 6 400   |
| Parmi eux, clients ayant racheté entre le 1er janvier 2025 et le 31 décembre 2026 | 4 480   |
| Nouveaux clients sur la période                                                   | 1 600   |

Coût moyen d'acquisition d'un nouveau client (publicité, offre de bienvenue) : 85 €.

## Annexe 1 (pourcentages à une décimale, montant à l'euro)

| Question                                                                        | Réponse |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Taux de fidélité sur deux ans (%)                                               | _____   |
| Taux d'attrition sur deux ans (%)                                               | _____   |
| Nombre de clients perdus                                                        | _____   |
| Nombre de clients actifs fin 2026                                               | _____   |
| Évolution du portefeuille de clients actifs (%)                                 | _____   |
| Coût d'acquisition qu'il faudrait engager pour remplacer les clients perdus (€) | _____   |

## Questions d'analyse

Selon l'analyse RFM (récence, fréquence, montant), une cliente dont le dernier achat date de 26 mois, avec trois achats en six ans pour 1 200 € au total, est à :

- ☐ Relancer en priorité : sa récence se dégrade alors que son montant est élevé
- ☐ Supprimer du fichier
- ☐ Ignorer, car elle reviendra d'elle-même

Le rappel automatique « votre contrôle de la vue » envoyé 22 mois après l'achat vise d'abord à :

- ☐ Réduire l'attrition en provoquant le rachat au bon moment
- ☐ Recruter de nouveaux clients
- ☐ Augmenter les prix