Fidélité, RFM et potentiel des clients d'Arôme Pro Provence

Arôme Pro Provence, torréfacteur de 15 salariés installé à Aubagne, fournit du café en grains et loue des machines aux entreprises, hôtels et restaurants des Bouches-du-Rhône. Le café se rachète chaque mois : un client régulier passe une commande toutes les quatre à six semaines.

Au 30 septembre 2026, Yanis Chabert, commercial terrain, prépare la revue annuelle de son portefeuille : fidélité des clients, scoring RFM (récence, fréquence, montant), potentiel d'un grand compte et temps à consacrer aux clients A en 2027.

Complétez l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : fidélité du portefeuille

- Clients actifs (au moins une commande) d'octobre 2024 à septembre 2025 : 80.
- Parmi eux, clients qui ont encore commandé d'octobre 2025 à septembre 2026 : 62.
- Nouveaux clients gagnés d'octobre 2025 à septembre 2026 : 14, soit 76 clients actifs sur la période.

Document 2 : grille RFM d'Arôme Pro (seuils adaptés à un achat mensuel)

Critère	Note 3	Note 2	Note 1
Récence (dernière commande au 30 septembre 2026)	moins de 2 mois	de 2 à 6 mois	plus de 6 mois
Fréquence (commandes sur douze mois)	10 et plus	de 4 à 9	3 ou moins
Montant (chiffre d'affaires HT sur douze mois)	plus de 8 000 €	de 2 000 € à 8 000 €	moins de 2 000 €

Document 3 : extrait du fichier clients au 30 septembre 2026

Client	Dernière commande	Commandes sur douze mois	Chiffre d'affaires HT sur douze mois	Observation
Garage du Garlaban (Aubagne)	10 février 2026	5	2 150 €	Client depuis 2023
Restaurant Le Cabanon Bleu (Cassis)	2 septembre 2026	2	1 350 €	Première commande le 8 juillet 2026
Méditerranée Logistique (Gémenos, 150 salariés)	25 septembre 2026	11	4 620 €	Achète aussi du café en dosettes à un grossiste

Document 4 : compte rendu de visite chez Méditerranée Logistique

Les 150 salariés du site de Gémenos boivent en moyenne 2 cafés par jour travaillé, 220 jours par an. Arôme Pro facture 0,20 € HT la tasse (café et location de la machine compris) ; le grossiste pratique un prix voisin. Le responsable des services généraux renouvellera ses contrats de fournitures en janvier.

Document 5 : temps commercial de Yanis en 2027

Yanis dispose de 150 jours pour le suivi des clients et la prospection. Le plan d'action en consacre 40 % aux 6 clients de la classe A, 35 % aux clients B et 25 % aux clients C et à la prospection.

Annexe 1 (arrondir les pourcentages à une décimale)

Question	Réponse
Taux de fidélité du portefeuille (%)	
Score RFM du garage du Garlaban (somme des trois notes, sur 9)	
Score RFM du restaurant Le Cabanon Bleu (sur 9)	
Besoin annuel en café de Méditerranée Logistique (€)	
Part de portefeuille d'Arôme Pro chez Méditerranée Logistique (%)	
Potentiel restant chez Méditerranée Logistique (€)	
Jours consacrés en 2027 à chaque client A (jours)	

Questions d'analyse

Le garage du Garlaban et le restaurant Le Cabanon Bleu obtiennent le même score RFM. Quelles actions Yanis doit-il leur proposer ?

☐ Le garage et Le Cabanon Bleu, notés 5 sur 9 l'un comme l'autre, forment un même groupe : même action pour les deux (visite trimestrielle, produits complémentaires)
☐ Le garage, client perdu, est à sortir du fichier actif ; Le Cabanon Bleu, petit client occasionnel, est à suivre à distance (e-mail, offres standard)
☐ Le garage, endormi, est à réactiver par un appel avec une raison de contact ; Le Cabanon Bleu, client récent, est à développer (visite, produits complémentaires)

Justification :

Dans la matrice de décision (attractivité du client, position de l'entreprise chez lui), où placer Méditerranée Logistique et quelle stratégie suivre ?

☐ Attractivité forte, position forte : fidéliser et défendre (inscrire le client au plan de compte, lui offrir une remise de fidélité sur ses onze commandes annuelles)
☐ Attractivité faible, position forte : maintenir à moindre coût (suivre le client à distance, par téléphone et e-mail, sans visite tant que ses achats restent sous 8 000 €)
☐ Attractivité forte, position faible : développer (rencontrer le responsable des services généraux, proposer un contrat annuel pour tout le café du site)

Justification :