**Tableau de bord CRM**

Analyse et exploitation

L’entreprise SWEETY BIO, spécialisée dans la vente de produits biologiques après de clients B2B et B2c (clientèle récente), cherche à améliorer sa relation client, adapter son offre à la saisonnalité et accroître son efficacité commerciale. L’utilisation du CRM *ScopeCRM* lui permet de centraliser les données, suivre les résultats en temps réel, anticiper les besoins et mieux cibler ses actions.

**Vous devez analyser ces informations afin d’interpréter les performances et proposer des actions pertinentes pour soutenir le développement de l’entreprise.**

# Partie 1 – L’**analyse des indicateurs clés**

* 1. **Identifier les indicateurs de performance affichés sur le tableau de bord.**

**1.2 Comparer l’évolution du chiffre d’affaires avec le mois ou l’année précédente. Que peut-on en conclure ?**

**1.3. Relever les éléments qui montrent une saisonnalité. Quels produits ou périodes sont concernés ?**

**1.4. Interpréter l’évolution des ventes sur l’année. Quelle tendance se dégage et comment y répondre ?**

# **Partie 2 – L’interprétation des données clients**

**2.1. Analyser le comportement des magasins clients : lesquels sont les plus actifs et que peut-on en déduire ?**

**2.2. Déterminer si la satisfaction client est un levier de fidélisation. Justifier.**

**2.3. Interpréter le délai de livraison moyen et proposer une amélioration si nécessaire.**

**2.4. Proposer une action commerciale pour renforcer les ventes auprès des clients moins performants.**

# **Partie 3 – La proposition de solutions stratégiques**

**3.1. Relever les recommandations d’actions proposées par le CRM. Les trouvez-vous pertinentes ? Pourquoi ?**

**3.2. Proposer une stratégie marketing à partir des données de saisonnalité.**

**3.3. Suggérer des actions pour améliorer encore le taux de fidélisation.**

**3.4. Analyser la performance par rapport à la concurrence. Quels avantages concurrentiels se dégagent ?**

# **Partie 4 – La projection et l’anticipation**

**4.1. Exploiter les prévisions pour préparer les mois à venir. Quelles actions pourraient être mises en place ?**

**4.2. Évaluer l’optimisation des stocks. Quel est son impact sur la performance ?**

**4.3. Observer la répartition des ventes par catégorie. Quelle catégorie semble dominante et pourquoi est-ce important de le savoir ?**