

# **Analyse de fidélité de la clientèle d'une PME dans le secteur des services :**

**mythe ou réalité ?**

**Stéphane Desjardins**

**30032795**

## **RÉSUMÉ**

*« Si les gens savaient combien je travaille dur pour acquérir ma maîtrise,  
ça ne leur semblerait pas, après tout, tellement merveilleux.*

*- Michelangelo [Michel-Ange] Buonarroti*

À cause d'une évolution constante des PME de services dans le marché des affaires, les dirigeants doivent établir les paramètres adéquats afin de conserver leurs clientèles. Ce défi a une importance de plus en plus grande, car les consommateurs et les clients sont devenus exigeants. Ces derniers sont plus informés, cultivés et ils recherchent davantage des services personnalisés afin de combler leurs besoins et de dépasser leurs attentes.

Cette recherche porte sur la fidélisation de la clientèle d'une PME œuvrant dans le secteur des services (que nous avons identifié *RNM* pour fins de confidentialité). L'objectif principal de cette étude est de mesurer la fidélisation par l'entremise de composantes adaptées de différents auteurs.

L'étude a été effectuée auprès d'une PME dans le secteur de la publicité (*RNM*). Pour se faire, nous avons obtenu l'appui de l'entreprise afin de consulter certains de ses clients (*CES*). Ces derniers ont apporté leur contribution par leur volontarisme. La collecte des données s'est échelonnée du 29 mai au 31 juillet 2007. Nous avons regroupé six entreprises/clients englobant huit répondants.

Les résultats de cette étude montrent que la fidélisation peut être mesurée à travers diverses composantes. Ces variables sont liées les unes aux autres. En effet, on peut dire que les valeurs, le statut, le processus décisionnel, la communication, le bouche à oreille, la confiance et l'engagement sont tous des facteurs d'une relation de confiance. Sans ce cheminement, nous ne pouvons pas atteindre un degré de fidélisation. À l'aide d'une étude de cas *inter-sites*, notre analyse démontre les similitudes entre les différents clients et leurs apports à l'entreprise étudiée.