

 		2025-2026	
		Examen fin de module	
Filière		Module	
Niveau		Durée	
Nom & Prénom			

ÉVALUATION – GESTION DE LA RELATION CLIENT

■ **Durée indicative : 1h00**

-- **Support autorisé : Aucun**

PARTIE 1 – QCM

Veuillez répondre aux questions suivantes en cochant la réponse correcte.
Une seule réponse est autorisée pour chaque question.

1. La GRC a pour objectif principal de :
 - ☐ Augmenter uniquement le chiffre d'affaires
 - ☐ Fidéliser et développer la valeur client
 - ☐ Réduire les coûts marketing
 - ☐ Transversale (marketing, vente, service)
2. La relation client commence principalement :
 - ☐ Après la vente
 - ☐ Lors de la facturation
 - ☐ Dès le premier contact
3. Un client fidèle est un client qui :
 - ☐ Achète souvent
 - ☐ Achète régulièrement et recommande
 - ☐ Achète cher
4. La GRC est une démarche :
 - ☐ Marketing uniquement
 - ☐ Commerciale uniquement
5. Le cycle de vie client comprend :
 - ☐ Prospection – Vente – Fidélisation
 - ☐ Vente – SAV – Facturation
 - ☐ Marketing – Finance – RH
6. Le panier moyen se calcule par :
 - ☐ CA / Nombre de clients
 - ☐ CA / Nombre de commandes
 - ☐ Nombre de commandes / clients
7. Le taux de fidélisation mesure :
 - ☐ Les nouveaux clients
 - ☐ Les clients conservés
 - ☐ Les clients perdus
8. La satisfaction client est :
 - ☐ Une opinion ponctuelle
 - ☐ Une comparaison entre attente et expérience

- ☐ Une obligation légale

9. Le churn correspond :

- ☐ À la fidélisation
- ☐ À la perte de clients
- ☐ À l'augmentation du CA

10. Un indicateur de churn élevé signifie :

- ☐ Bonne performance
- ☐ Risque commercial
- ☐ Forte satisfaction

11. La fidélisation coûte généralement :

- ☐ Plus cher que la prospection
- ☐ Moins cher que la prospection
- ☐ Autant que la prospection

12. Un CRM sert principalement à :

- ☐ Stocker des factures
- ☐ Centraliser les données clients
- ☐ Gérer la comptabilité

13. Une fiche client contient :

- ☐ Uniquement les coordonnées
- ☐ Données, historique et comportement
- ☐ Seulement le CA

14. Power BI permet :

- ☐ La saisie des données
- ☐ La visualisation et l'analyse
- ☐ La facturation

21. La qualité de service influence :

- ☐ Le prix uniquement
- ☐ La satisfaction et la fidélité
- ☐ La comptabilité

22. Un client ambassadeur :

- ☐ Quitte l'entreprise
- ☐ Recommande activement
- ☐ Achète une seule fois

15. Un KPI doit être :

- ☐ Complexe
- ☐ Mesurable et utile
- ☐ Théorique

16. Un tableau de bord sert à :

- ☐ Archiver des données
- ☐ Aider à la décision
- ☐ Remplacer le management

17. Un client inactif est :

- ☐ Un client fidèle
- ☐ Un client sans achat récent
- ☐ Un prospect

18. La valeur client (CLV) correspond :

- ☐ À une vente unique
- ☐ À la valeur totale du client dans le temps
- ☐ À une remise accordée

19. Une bonne relation client favorise :

- ☐ Le churn
- ☐ La fidélité
- ☐ La perte de clients

20. La personnalisation permet :

- ☐ Une meilleure expérience
- ☐ Une standardisation
- ☐ Une rigidité commerciale

23. Le SAV fait partie de :

- ☐ La logistique
- ☐ La relation client
- ☐ La finance

24. Un tableau de bord efficace doit être :

- ☐ Chargé
- ☐ Clair et synthétique
- ☐ Technique uniquement

25.L'analyse des écarts permet :

- ☐ D'ignorer les problèmes

- ☐ De corriger les actions
- ☐ De bloquer les ventes

26.Le reporting est :

- ☐ Une simple présentation
- ☐ Un outil d'aide à la décision
- ☐ Une obligation légale

30.Une analyse client efficace est :

- ☐ Continue
- ☐ Ponctuelle
- ☐ Inutile

27.Un indicateur doit être suivi :

- ☐ Une fois par an
- ☐ Régulièrement
- ☐ Sans objectif

31.La GRC est un levier de :

- ☐ Performance globale
- ☐ Coût uniquement
- ☐ Complexité

28.Un tableau de bord GRC doit intégrer :

- ☐ Des KPI clients
- ☐ Des KPI RH uniquement
- ☐ Des KPI juridiques

32.Un client satisfait :

- ☐ Peut partir
- ☐ Est plus fidèle
- ☐ Ne se plaint jamais

29.Un bon CRM améliore :

- ☐ La coordination des équipes
- ☐ La complexité
- ☐ La charge administrative

33.La fidélisation permet :

- ☐ Une stabilité du CA
- ☐ Une baisse de qualité
- ☐ Une perte de clients

PARTIE 2 – QUESTIONS DIRECTES

1. Définissez la Gestion de la Relation Client (GRC) ?
2. Expliquez la différence entre satisfaction et fidélisation ?
3. Qu'est-ce qu'un client à risque de churn ?
4. Citez 5 informations essentielles d'une fiche client ?
5. Expliquez l'intérêt d'un CRM pour une entreprise ?
6. Donnez 4 KPI pertinents pour piloter la relation client ?
7. Expliquez le rôle du tableau de bord dans la GRC ?
8. Comment améliorer durablement la relation client ?

ESMC