

1 SUJET

Conception d'un système de gestion de fidélisation de la clientèle iIntégrant
un système d'aide a la décision " *Cas de la société de transport*
MULYKAP. "

2 CONTEXTE DU SUJET

Le bien fonder de ce travail de fin de cycle est de vérifier la bonne acquisition des notions apprises tout au long de notre parcours, ainsi que de leurs maitrises dans le cycle de licence au sein de la filière de Management des Systèmes d'Information.

Le choix de notre sujet se justifie par le fait que le marketing est un point essentiel du management.

La rentabilité de la masse d'information (pouvoir transformer ce déluge d'information en valeur ajoutée), L'information étant un gage de compétitivité

3 PROBLÉMATIQUES

3.1 PROBLÈMES DE RECHERCHE

La fidélisation du segment client dans les sociétés de transport dans la province du Haut-Katanga

3.2 QUESTIONS DE RECHERCHE

Notre recherche s'articule autour des questions suivantes :

- Comment la société de transport MULYKAP gère-t-elle la relation client ?
- Comment MULYKAP fait-elle pour fidéliser sa clientèle ?
- Comment identifie-t-elle les clients pour une meilleure relation client ?

- 4 OBJECTIFS DE RECHERCHE
- 5 HYPOTHÈSE GÉNÉRALES
- 6 DÉMARCHES MÉTHODOLOGIQUE
- 7 ÉTAT DE L'ART
- 8 RÉSULTAT ATTENDUS
- 9 RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUE