Pauline Guéraud-Pinet Manon Chaumontet

**C21.4 PRÉPARER LA PROSPECTION**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **PLAN DE PROSPECTION** | | | |
| OBJECTIFS DE LA PROSPECTION | | | |
| O ***Prendre des RENDEZ-VOUS***  O ***Recueillir des informations sur les prospects***  O Connaître les motivations et freins à l’achat  O Informer sur une nouvelle offre  O Mettre à jour une base de données  O Vendre directement, en relance, en complément d’une publicité ou promotion  O Inviter à une manifestation (salon, conférence, réception…)  O Informer sur une nouvelle offre | | | |
| CIBLES À PROSPECTER | | **Restaurant** | |
| ZONE GÉOGRAPHIQUE | | **Annecy** | |
| NOMBRE DE CONTACTS DANS LA BDD | | **266** | |
| RÉSULTAT QUANTITATIF ATTENDU | | **18 RDV** | |
| SÉLECTION DES OUTILS | | DATES DE MISE EN OEUVRE | |
| O Mailing | |  | |
| O e-mailing | |  | |
| O ***Phoning*** | | 15/02/17 | |
| O SMS mailing | |  | |
| O Faxing | |  | |
| O ISA | |  | |
| O Autres | |  | |
| RELANCE | | DATES DE MISE EN OEUVRE | |
| O Mailing | |  | |
| O e-mailing | |  | |
| O ***Phoning*** | | 28/02/17 | |
| O SMS mailing | |  | |
| O Faxing | |  | |
| O ISA | |  | |
| O Autres | |  | |
| COÛT PRÉVISIONNEL DE LA PROSPECTION | | | |
|  | Coût unitaire | Quantité | Coût total |
| O ***Fichier de prospection*** | 0.19€ HT | 266 | 50.54€ HT |
| O Création |  |  |  |
| O Impression fabrication |  |  |  |
| O Routage |  |  |  |
| O Affranchissements |  |  |  |
| O Traitement des retours |  |  |  |
| O Relances | 15€/Repas 9.76 brut/h | 15 heures | 176.4€ |
| O Frais annexes | 15€/Repas | 7 jours | 105€ |
| O Frais de personnel | 9.76€ brut/h | 44 heures | 429.44€ |
| TOTAL | | | 761.38€ |

**Guide d’entretien téléphonique**

CROC : Restauration

* **Prise de contact** : Bonjour Mr/Mme, je me présente … de l’agence C+ Communication. Je souhaite m’entretenir avec le responsable de la communication s’il vous plaît.
* **Raisons**: Notre agence à une longue expérience avec les restaurateurs et je souhaiterais voir comment notre savoir-faire peut répondre à vos besoins.
* **Objectifs**: Je vous propose une rencontre autour de laquelle nous pourrions vous montrer nos réalisations et échanger sur vos besoins et nos méthodes de travail ?
* **Conclusion**: Je vous remercie d’avoir pris le temps de m’écouter, je note donc notre rendez-vous le … à … . Je reste à votre entière disposition pour tout supplément d’information.

Bonne journée Mr/Mme … .

|  |  |
| --- | --- |
| **Objections** | **Réfutations** |
| Nous avons déjà une agence. | C’est bien. Mais propose-t-elle des sites internet ? |
| Nous venons de tout refaire. | Si je comprends bien, nous arrivons trop tard. Alors nous pourrions nous rappeler à la fin de l’année ? |
| Nous n’avons pas le budget. | Je comprends, mais aujourd’hui il est bien trop tôt pour parler de budget, il s’agit juste de se rencontrer. |
| Nous ne souhaitons pas communiquer. | Quelles sont les principales raisons qui vous rendent méfiant à la communication ? |
| Nous faisons tout nous-même. | C’est intéressant. Souhaiteriez-vous alors une analyse de votre communication ou des simples conseils pour optimiser votre communication. |
| Elle n’est pas là. | Puis-je la rappeler la semaine prochaine ? Pour ne pas vous déranger une seconde fois, avez-vous un téléphone direct ? |
| Nous avons trop de clients et devons en refuser. Communiquer augmenterait encore nos taches de travail. | C’est possible. C’est aussi possible, que la communication valorise votre images et augmentez votre CA. |
| Nous sommes trop petits pour communiquer. | Pensez-vous que la communication est réservée aux grandes entreprises ? |
| Nous n’avons pas le temps. | Tout le monde est à la course de nos jours, cela ne prendra que quelques minutes, autour d’un café. |

**C21.5 SUIVRE LA PROSPECTION**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Entreprise** | **Interlocuteur** | **Activité** | **Lieu** | **Adresse** | **Téléphone** | **Mail** | **Site** | **Agence Actuelle** |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |
| Le Royal | Mr Bezzi | Resto | Cran | Av. Brogny | 04 50 22 87 63 | [leroyal@gmail.com](mailto:leroyal@gmail.com) | Non | Paprika |
| Le Clocher | Mr Jacquard | Resto | ALV | P. G. Fauré | 04 50 23 12 89 | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) | Non | Pamplemousse |
| Allo Nem | Mr Laruaz | Resto | ALV | Rue Lachat | 04 50 33 88 65 | [contact@closdessens.fr](mailto:contact@closdessens.fr) | Oui | Félix |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **FICHE PROSPECT** | | |
| Auteur de la fiche : Pauline et Manon Date : 15/02/17 | | |
| **Coordonnées du prospect**  Nom de l’entreprise : Le Clocher  Adresse : Place Gabriel Fauré | | |
| Tél : 04 50 23 12 89 | Fax : 04 50 23 12 90 | Site internet : Non |
| **Présentation du prospect** | | |
| Dirigeants : Mr Jacquard | | |
| Activité : Restaurant | CA : 500 000€ | Effectifs : 8 |
| Nos interlocuteurs | Fonctions | Mails |
| Christian Jacquard | Dirigeant | [c.jacquard@clocher.com](mailto:c.jacquard@clocher.com) |
| Agence et / ou prestataires actuels : Pamplemousse Com’ (print et enseigne) | | |
| Origine du contact : Fichier entreprise | | |
| Opportunités envisageables : Site internet | | |
| Intérêt du prospect : Augmenter son chiffre d’affaires | | |
| Contraintes : Petit budget | | |
| Observations : Très sympathique | | |
| Suite à donner : RDV le … à … | | |

**Méthode de suivi des appels**

Segmentation du fichier : 1. Restaurant gastronomique

2. Restauration rapide

Répartition des appels : 1. Secteur ALV, Cran Gevrier, Meythet, Epagny

2. Secteur Pringy, Sevrier, Centre-ville, Metz-Tessy

Résultats des appels : Notation indicative, de 0 à 5, 0 étant le moins bien.

Transmission du fichier : Effectuer une fiche méthode avec les abréviations et les codes.

A mettre dans le dossier des fiches prospects.

**Ratios d’efficacité**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nb Contacts | Nb  N° obtenus | Nb  Répondeur | Nb  Faux N° | Nb  A rappeler | Nb  Refus | Nb  Entretiens | Nb  RDV | Nb Fiche Prospect |
| 266 | 246 | 15 | 5 | 25 | 60 | 186 | 18 | 18 |

Taux de contact = 92%

Taux de retours = 75%

Taux de transformation = 10%

Coût d’acquisition du RDV = 45€

Taux de rendement = 7.5%

**Entonnoir de prospection**

266 contacts

246 Appels réalisés

186 Entretiens

18 RDV

10% Taux de transformation

75% Taux de retours

92% Taux de contact