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 | | Associations et Clubs sportifs | |
| ZONE GÉOGRAPHIQUE | | 74 | |
| NOMBRE DE CONTACTS DANS LA BDD | | 200 | |
| RÉSULTAT QUANTITATIF ATTENDU | | 3-4 | |
| SÉLECTION DES OUTILS | | DATES DE MISE EN OEUVRE | |
| O Mailing | |  | |
| O e-mailing | |  | |
| O Phoning | | 01/02/2018 | |
| O SMS mailing | |  | |
| O Faxing | |  | |
| O ISA | |  | |
| O Autres | |  | |
| RELANCE | | DATES DE MISE EN OEUVRE | |
| O Mailing | |  | |
| O e-mailing | |  | |
| O Phoning | | 10/02/2018 | |
| O SMS mailing | |  | |
| O Faxing | |  | |
| O ISA | |  | |
| O Autres | |  | |
| COÛT PRÉVISIONNEL DE LA PROSPECTION | | | |
|  | Coût unitaire | Qté | Coût total |
| O Fichier de prospection | 60 | 1 | 60 |
| O Création |  |  |  |
| O Impression fabrication |  |  |  |
| O Routage |  |  |  |
| O Affranchissements |  |  |  |
| O Traitement des retours |  |  |  |
| O Relances |  |  |  |
| O Frais annexes |  |  |  |
| O Frais de personnel | 76 | 8 | 608 |
| TOTAL | | |  |