C21.4 PRÉPARER LA PROSPECTION

|  |
| --- |
| **PLAN DE PROSPECTION** |
| OBJECTIFS DE LA PROSPECTION |
| O Prendre des RENDEZ-VOUSO Recueillir des informations sur les prospectsO Connaître les motivations et freins à l’achatO Informer sur une nouvelle offreO Mettre à jour une base de donnéesO Vendre directement, en relance, en complément d’une publicité ou promotionO 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 |  |