

PLAN DE PROSPECTION			
Objectifs de prospection			
<input type="checkbox"/> Prendre des rendez-vous <input type="checkbox"/> Recueillir des informations sur les prospects pour les qualifier : identifier le circuit de décision, <input type="checkbox"/> connaître les attentes et les freins à l'achat, établir une typologie (classification) de client... <input type="checkbox"/> Informer sur une nouvelle offre <input type="checkbox"/> Mettre à jour la base de données <input type="checkbox"/> Vendre : directement, en relance, en complément d'une publicité ou d'une promotion. <input type="checkbox"/> Inviter à une manifestation (salon professionnel, conférence, réception...) <input type="checkbox"/> Informer sur une nouvelle offre			
Cibles à prospecter :		Bar et Bistrot	
Zone géographique :		30 km autour d'Annecy	
Nombre de contacts dans la base de données :		100	
Résultat quantitatif attendu :		20	
Sélection des outils		Dates de mise en oeuvre	
<input type="checkbox"/> Mailing <input type="checkbox"/> E-mailing <input checked="" type="checkbox"/> Phoning <input type="checkbox"/> SMS mailing <input type="checkbox"/> Faxing <input type="checkbox"/> ISA <input type="checkbox"/> Autre :		23/01/18	
Relance		Dates de mise en oeuvre	
<input type="checkbox"/> Mailing <input type="checkbox"/> E-mailing <input checked="" type="checkbox"/> Phoning <input type="checkbox"/> SMS mailing <input type="checkbox"/> Faxing <input type="checkbox"/> ISA <input type="checkbox"/> Autre :		06/02/18	
Coût prévisionnel de la prospection			
	Coût unitaire	Quantité	Coût global
Fichier de prospection			
Création			
Impression/fabrication			
Routage			
Expédition			
Traitement des retours			
Relances			
Frais annexes			
Frais de personnel			
		TOTAL	