

CAS PROSPECTION 2

Salah SàRL commercialise des t-shirts personnalisés. L'activité stagne depuis quelques années. Salah décide de faire une campagne de prospection.

➤ A votre avis, quels sont les clients à prospecter en priorité ?

- Données clients

Segments de clientèle	CAHT
Club d'équitation	22 500
Clubs d'athlétisme	55 600
Clubs de badminton	48 000
Clubs de base ball	33 500
Clubs de basket	633 000
Clubs de bridge	11 000
Clubs de football	870 000
Clubs de handball	33 000
Clubs de judo	27 000
Clubs de pétanque	65 000
Clubs de tennis	130 000
Clubs d'escalade	14 000
Comités d'entreprise	595 000

Taux horaire : 30 €

➤ Quel est le coût de cette prospection.

- Prospection par téléphone :

Nombre de prospects	350
Durée moyenne d'une communication	5 mns
Contacts positifs	120
Commandes fermes	80
CAHT	72 600

- Prospection par courrier :

Nombre de prospects	500
Mise sous pli/impression	1 mns
Retours courriers	110
Prise de contact téléphonique	4 mns pour les retours
Commandes fermes	100
CAHT	85 000

- Prospection par mail :

Nombre de prospects	5 000
Fichier mailing	0,05 € le nom
Retours mail	120
Prise de contact téléphonique	6 mns pour les retours
Commandes fermes	40
CAHT	8 800

➤ Quel est l'efficacité de ces prospections (rentabilité-taux de contacts-Taux de commandes) ?