



Mobile PréContact

Envoyez vos catalogues à vos seuls prospects qualifiés et optimisez votre budget fabrication et routage

EN RESUME

Comment vérifier l'appétence de vos consommateurs par rapport à une nouvelle offre, un nouveau service, un nouveau catalogue ?

Les outils

• **Phase 1 : envoi d'un SMS**

Proposer à un client de recevoir un nouveau catalogue, un nouveau contrat.

• **Phase 2 : confirmation**

Le client confirme son intérêt en répondant au SMS reçu.

• **Phase 3 : accusé de réception**

La demande du client a bien été prise en compte.

• **Phase 4 : édition des documents et routage**

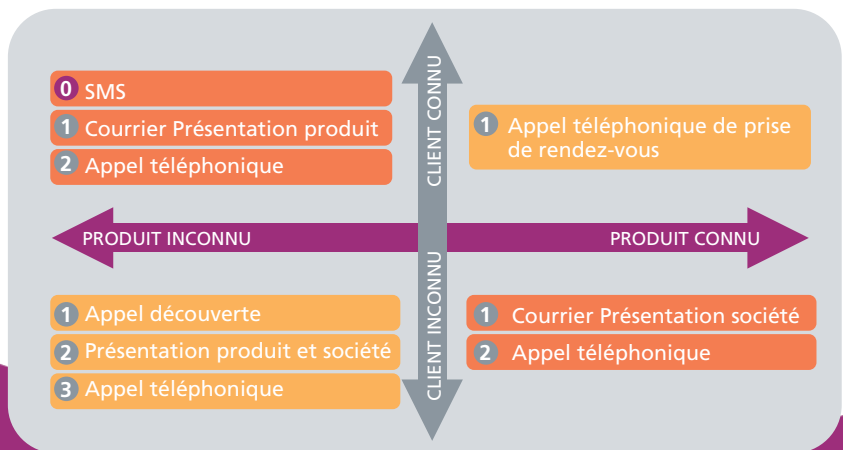
Les documents sont préparés et adressés par courrier au client.

• **Phase 5 : prise de rendez-vous**

La gestion des nouvelles offres commerciales est toujours l'objet d'un enjeu stratégique. Quelles vont être les réactions des consommateurs ? Les résultats des premières opérations vont-ils couvrir les investissements réalisés pour la sortie de ce nouveau produit ? Quelles vont être les premières tendances des ventes ? Pour répondre à toutes ces questions, Mobile PréContact est fait pour vous. En quelques clics et pour un budget absolument modique, vous trouverez les premières réponses.

Mobile PréContact est parti de deux constats. Le téléphone mobile est aujourd'hui le canal le plus direct pour faire réagir ses clients. Il est présent dans toutes les poches. Il doit cependant être utilisé avec prudence pour ne pas être intrusif. Le SMS est en premier lieu un outil d'alerte. Il est donc préférable d'adresser les clients connus pour les alerter sur des produits et services inconnus.

Matrice de prise de rendez-vous pour les forces commerciales :



Lemobile est le media d'aujourd'hui

- **Puissance** : près de 90 % des Français ont un mobile ;
- **Sélectivité** : le mobile est très personnel ;
- **Prise en main** : 90 % des personnes regardent leur mobile au moins une fois par heure ;
- **Mémorisation** : 70 % des messages sont retenus ;
- **Performance** : 10 % de réponses sur les campagnes SMS en moyenne ;
- **Coût contact** : à partir de 10 centimes ;

Comment optimiser les envois de catalogues ?

L'enjeu est de réduire les frais de fabrication de catalogue mais aussi les frais de routage. Faisons un comparatif. J'envoie un catalogue à 2,50 € (affranchissement compris) à 10 000 clients. L'opération coûte 25 k € et apporte 100 clients. Le coût d'acquisition est de 250 €. D'un autre côté, j'envoie un SMS à 10 000 clients (2 000 €) et j'ai 10 % de répondants à qui j'envoie mon catalogue (3 000 €) et j'ai aussi 100 clients. Le coût d'acquisition est de 50 €. Entre les deux cas en gardant les mêmes rendements, le budget a été divisé par 5. Ce sont 5 fois plus d'occasions de faire des opérations commerciales

Comment identifier les prospects les plus intéressés par vos nouveaux produits ou services ?

L'envoi de SMS en nombre permet aujourd'hui de personnaliser les messages en fonction du nom, prénom, nombre de points de fidélité, et toute autre variable. C'est un élément essentiel de la communication. La force du SMS est la simplicité et la rapidité.

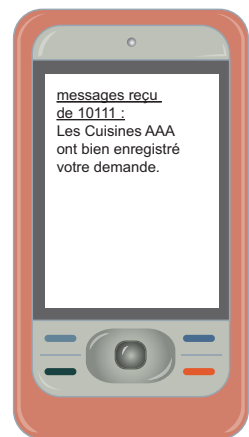
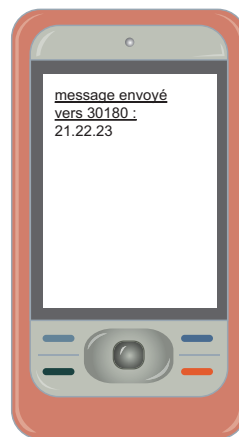
Comment décrocher de nouveaux rendez-vous commerciaux ?

Si, à la réception du SMS du client, les conseillers commerciaux peuvent relancer le client, le résultat en sera meilleur. En effet, l'objectif est de jouer l'immédiateté. Le discours pourra être le suivant : « Vous avez demandé un catalogue, je vous le fais partir ce jour. Vous allez en prendre connaissance. Est-ce que je peux vous rappeler vendredi prochain pour en discuter ? »...

extelia

10, av. Charles de Gaulle
94673 Charenton-le-Pont Cedex

Agence commerciale :
49-51, rue Louis Blanc
92400 Courbevoie
Tél. : 01 56 29 76 00
commercial@extelia.fr



www.extelia.fr

