DÉFINITION DE VOTRE CAMPAGNE DE PROSPECTION

par ACFM

La campagne doit faire l'objet d'une stratégie marketing et d'un plan de prospection propre à votre entreprise, selon ses objectifs commerciaux, sa cible de prospects et vos offres de produits ou de services commercialisés.

Une prospection commerciale b2b représente une action commerciale entre professionnels.

NOTRE PRESTATION EN 4 ÉTAPES :

1 Briefing initial > 2 Préparation de la campagne > 3 Lancement de la campagne > 4 Suivi et reporting

La campagne de prospection doit suivre une stratégie marketing dans sa préparation et son lancement.

BRIEFING INITIAL 1

Toute campagne de prospection doit commencer par un briefing. Il s'agit ici de réunir les parties qui interviendront durant la campagne (le dirigeant de l'entreprise, le prestataire choisi pour externaliser la prospection...).

Ce briefing permet de faire le point sur les critères principaux qui vont guider par la suite la stratégie marketing durant cette campagne de prospection. Les principaux critères à aborder sont :

- l'offre de produits ou de services à promouvoir ;
- les arguments de vente
- la cible de prospects et de clients
- les canaux de communication à utiliser pour contacter les prospects
- la durée estimée de la campagne
- les objectifs commerciaux

Les données seront triées, détaillées et intégrées dans un fichier de prospection accessible à toutes les personnes concernées, sur le CRM de l'entreprise.

PRÉPARATION ET LANCEMENT DE LA CAMPAGNE 2&3

> La constitution d'un fichier de prospection, comprenant les informations du briefing initial (critère de ciblage des prospects, offre de produits ou de services à promouvoir...) ;

>>La rédaction de l'argumentaire de vente notamment l'argumentaire oral avec un script téléphonique pour une prospection téléphonique ;

>>>La rédaction des messages écrits pour une campagne d'emailing (envoi de messages sous la forme d'un email de prospection)

SUIVI ET REPORTING 4

Le suivi et le reporting de la campagne permettront d'analyser des indicateurs clés :

- ***Nombre d'appels de prospection réalisé***
- ***Nombre de contacts argumentés***
- ***Nombre de rendez-vous qualifiés obtenus***

Ces informations renseigneront sur l'efficacité et la pertinence de la stratégie marketing.

Lors de la campagne de prospection afin d'etre plus efficace et d'augmenter le taux de joignabilité des prospects une confirmation par mail sera faite chaque fois que cela sera possible