

## Correction chapitre 2



### 1. Calcul des Indicateurs Clés

#### Canal Téléphonique

- Appels réalisés : 600
- Appels aboutis : 480
- Appels argumentés : 360
- Rendez-vous obtenus : 72

**Taux de validité du fichier (appels aboutis / appels réalisés) :**

$$480/600 \times 100 = 80\% \quad 600/480 \times 100 = 80\%$$

**Taux d'appels argumentés (argumentés / aboutis) :**

$$360/480 \times 100 = 75\% \quad 480/360 \times 100 = 75\%$$

**Taux de conversion net (rendez-vous / appels réalisés) :**

$$72/600 \times 100 = 12\% \quad 600/72 \times 100 = 12\%$$



#### Canal Terrain

- Visites réalisées : 120
- Prospects rencontrés : 80
- Rendez-vous décrochés : 24

**Effort de prospection (prospects / visites) :**

$$80/120 \times 100 = 66,67\% \quad 120/80 \times 100 = 66,67\%$$

**Taux de transformation terrain (rendez-vous / prospects) :**

$$24/80 \times 100 = 30\% \quad 80/24 \times 100 = 30\%$$

---



### 2. Analyse Comparative

**Le canal le plus performant est le terrain, sur le plan qualitatif.**

♦ **Arguments chiffrés :**

1. **Taux de transformation terrain** : 30 %  
Supérieur au **taux de conversion net téléphonique** : 12 %
2. **Impact par contact utile** :
  - Terrain : 24 rendez-vous pour 80 prospects → 1 RDV pour ~3,3 contacts
  - Téléphone : 72 RDV pour 360 argumentations → 1 RDV pour 5 argumentations

#### Point fort & axe d'amélioration

Canal

Point fort

Axe d'amélioration

Téléphonique	Volume élevé de contacts (600 appels)	Améliorer la qualité des argumentations
Terrain	Taux de transformation élevé (30%)	Cibler plus efficacement les visites (33% de visites peu utiles)

---



### 3. Plan d'Amélioration

#### Pour améliorer le taux d'appels argumentés :

1. **Améliorer le script téléphonique** pour capter l'attention dès les 10 premières secondes.
2. **Former les commerciaux** à la gestion des objections/barrages dès l'ouverture de l'appel.

#### Pour optimiser l'efficacité des visites terrain :

1. **Préqualifier les visites** via un appel rapide ou un formulaire en ligne pour éviter les contacts non pertinents.
2. **Planifier les tournées par zone géographique** pour maximiser le nombre de rendez-vous par déplacement et réduire les visites non productives.