La campagne d'appels de NetiSud

NetiSud, PME toulonnaise de 9 salariés, assure la maintenance informatique et la cybersécurité des petites entreprises du Var. En septembre 2026, Mehdi Saïdi, commercial sédentaire, a appelé 400 cabinets d'expertise comptable et d'avocats du département (un appel par cabinet) pour proposer un audit gratuit de leur sécurité informatique, première étape vers un contrat de maintenance.

Sa responsable lui demande le bilan de cette campagne, puis le dimensionnement de la campagne du premier trimestre 2027.

Complétez les annexes 1 et 2, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : résultats de la campagne d'appels de septembre 2026

Indicateur	Septembre 2026
Cabinets appelés (un appel par cabinet)	400
Conversations argumentées avec le dirigeant	140
Rendez-vous d'audit obtenus	28
Contrats de maintenance signés	7
Montant moyen d'un contrat (première année)	4 800 € HT
Taux de marque des contrats de maintenance	45 %

Document 2 : coût de la campagne

- 32 heures d'appels, préparation et saisie dans le CRM comprises, au coût horaire chargé de 30 € (salaire et cotisations patronales).
- Fichier des cabinets d'expertise comptable et d'avocats du Var : 340 €.

Document 3 : objectif du premier trimestre 2027

Signer 14 nouveaux contrats de maintenance avec des cabinets du Var entre janvier et mars 2027, par téléphone, avec les taux et la cadence d'appels observés en septembre 2026.

Annexe 1 (bilan de septembre 2026 : arrondir les pourcentages à une décimale, les montants au centime)

Question	Réponse
Taux de joignabilité (%)	
Taux de rendez-vous (%)	
Taux de transformation des rendez-vous (%)	
Coût par rendez-vous (€)	
Retour sur investissement de la campagne (%)	

Annexe 2 (calcul à rebours de la campagne du premier trimestre 2027 : arrondir au nombre entier supérieur si nécessaire)

Question	Réponse
Rendez-vous nécessaires pour signer 14 contrats	
Appels à passer	
Heures d'appels nécessaires (h)	

Questions d'analyse

Le fichier ne compte plus que 380 cabinets du Var jamais appelés. Au vu du calcul à rebours, que doit faire Mehdi ?

☐ Doubler la cadence en passant 25 appels par heure au lieu de 12,5, pour boucler les 800 appels en 32 heures au lieu de 64
☐ Rappeler en janvier les cabinets qui ont refusé un rendez-vous en septembre, jusqu'à obtenir un oui
☐ Compléter par un autre canal (recommandation des clients, LinkedIn, salon), élargir la cible ou revoir l'objectif

Justification :

En juin 2026, un e-mailing de 2 000 envois vers les mêmes cabinets a coûté 600 € et produit 6 rendez-vous et 1 contrat de 4 800 € HT. Pour décider quel canal renforcer, Mehdi doit comparer :

☐ Le coût par rendez-vous et le ROI de chaque canal
☐ Le nombre total de prospects touchés par chaque canal
☐ Le taux d'ouverture et le taux de réponse de chaque canal

Justification :