Le bilan du marketing entrant de Céüse Habitat Bois

Céüse Habitat Bois, entreprise de 14 salariés installée à Tallard (Hautes-Alpes), construit des maisons à ossature bois pour des particuliers. Depuis janvier 2026, elle a remplacé une partie de sa publicité par une démarche de marketing entrant : articles de blog, guide gratuit proposé sur une page d'atterrissage, scénario d'e-mails et notation des contacts (scoring).

Après six mois, le gérant demande à Florian Dusserre, chargé de marketing, le bilan de la démarche : taux à chaque étape, coûts, et traitement des contacts selon leur score.

Complétez l'annexe 1, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 : résultats de la démarche (janvier à juin 2026)

Étape	Indicateur	Résultat
Attirer	Visiteurs du blog et du site	18 000
Convertir	Clics sur l'appel à l'action « Téléchargez le guide gratuit », placé à la fin de chaque article, qui mène à la page d'atterrissage du guide	1 800
Convertir	Formulaires remplis sur la page d'atterrissage (contacts obtenus)	540
Conclure	Contacts transmis au commercial (score de 60 points ou plus)	81
Conclure	Contrats de construction signés	9

Les 540 contacts ont accepté, en cochant une case non précochée, de recevoir par e-mail les conseils et les offres de l'entreprise. Le commercial propose un rendez-vous par e-mail à chaque contact transmis.

Document 2 : coût de la démarche (janvier à juin 2026, montants HT)

- 24 articles de blog rédigés par une rédactrice indépendante, à 180 € l'article.
- Guide « Construire en bois dans les Hautes-Alpes » : rédaction et mise en page, 1 500 €.
- Logiciel de marketing automation : 80 € par mois.
- Temps du chargé de marketing : 130 heures, au coût horaire chargé de 30 €.

Document 3 : grille de scoring du logiciel

Profil ou action du contact	Points
Téléchargement du guide	10
Ouverture d'un e-mail du scénario	2 par e-mail
Clic sur un lien d'un e-mail	5 par clic
Visite de la page « Tarifs et financement »	15
Utilisation du simulateur de budget	20
Terrain déjà acheté (réponse au formulaire)	25

À 60 points, le contact est transmis au commercial ; en dessous, il continue de recevoir les e-mails du scénario.

Document 4 : fiche de M. et Mme Meyssonnier (Chorges) dans le logiciel

Guide téléchargé le 12 mai 2026 ; 4 e-mails du scénario ouverts ; 2 clics sur des liens ; visite de la page « Tarifs et financement » ; terrain déjà acheté. Simulateur de budget non utilisé.

Annexe 1 (arrondir les pourcentages à une décimale, les montants au centime)

Question	Réponse
Taux de clic sur l'appel à l'action (%)	
Taux de conversion de la page d'atterrissage (%)	
Taux de transformation des visiteurs en contacts (%)	
Taux de transformation des contacts en clients (%)	
Coût de la démarche sur le semestre (€)	
Coût par contact obtenu (€)	
Coût d'acquisition d'un client (€)	
Score de M. et Mme Meyssonnier (points)	

Questions d'analyse

Au salon de l'habitat de Gap, en mars 2025, chaque contrat signé avait coûté 5 700 ÷ 3 = 1 900 €. Que conclure de la comparaison avec la démarche entrante ?

☐ On ne peut rien conclure : le salon a signé 3 contrats et la démarche entrante 9, des résultats trop différents pour comparer leurs coûts
☐ La démarche entrante revient environ 40 % moins cher par client (1 133,33 € contre 1 900 €), et ses articles continueront d'attirer des visiteurs après le semestre
☐ Le salon reste plus rentable : il a coûté 5 700 € contre 6 300 € pour la démarche entrante sur le semestre, et il permet aussi de rencontrer les clients en face à face

Justification :

Mme Tourniaire (Veynes) a téléchargé le guide, ouvert six e-mails du scénario, cliqué une fois sur un lien et utilisé le simulateur de budget ; elle n'a pas encore de terrain. Que faire de ce contact ?

☐ Le transmettre au commercial : avec 65 points, son score dépasse le seuil de 60 qui déclenche la prise de rendez-vous
☐ Le retirer du scénario et du fichier : sans terrain, son projet de construction ne peut pas aboutir, et le commercial n'a rien à lui proposer
☐ Le laisser dans le scénario d'e-mails, avec des contenus utiles pour avancer, par exemple un article sur la recherche d'un terrain

Justification :