Le bon support pour les rendez-vous d'entretien de Chaleur du Morgon

Chaleur du Morgon, entreprise de 9 salariés installée à Embrun (Hautes-Alpes), vend, installe et entretient des poêles à bois et à granulés dans l'Embrunais et le Gapençais. Ses clients particuliers sous contrat d'entretien doivent réserver chaque automne la visite annuelle du technicien (entretien et ramonage).

En septembre 2025, l'entreprise a testé trois supports pour obtenir ces rendez-vous. Marion Eyraud, assistante commerciale, doit choisir le dispositif de 2026. Les clients ont donné leur adresse e-mail et leur numéro de mobile à la signature du contrat ; ces messages et ces appels concernent l'exécution du contrat : ce ne sont pas des actions de prospection.

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

Document 1 : test de trois supports en septembre 2025 (500 clients par support)

Support	Message	Clients sollicités	Résultat intermédiaire	Rendez-vous pris
E-mail	Rappel de l'entretien annuel et lien vers l'agenda en ligne	500	205 e-mails ouverts	60
SMS	Même message, en moins de 160 caractères, avec le lien	500	494 SMS distribués	165
Appel de l'assistante	Appel pour fixer la date de la visite	500	350 clients joints	315

Document 2 : coûts et prévisions

- Outil d'e-mailing : 0,01 € HT par e-mail envoyé ; SMS : 0,06 € HT par SMS envoyé.
- Appels : 6 minutes en moyenne par client appelé (tentatives, conversation et saisie dans le CRM comprises) ; coût horaire chargé de l'assistante (salaire et cotisations patronales) : 24 €.
- En 2026, 1 600 clients ont un contrat d'entretien. Dispositif étudié : un SMS à tous les clients, puis un appel à ceux qui n'ont pas réservé ; on retient les taux observés pendant le test.

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

Question	Réponse
Taux de rendez-vous obtenu par e-mail (%)	
Taux de rendez-vous obtenu par SMS (%)	
Coût par rendez-vous obtenu par SMS (€)	
Coût des appels de l'assistante pendant le test (€)	
Coût par rendez-vous obtenu par téléphone (€)	
Clients à appeler en 2026 après l'envoi d'un SMS aux 1 600 clients	
Coût total du dispositif « SMS puis appel » en 2026 (€)	

Questions d'analyse

Le coût par rendez-vous de l'e-mail (500 × 0,01 = 5 € pour 60 rendez-vous, soit environ 0,08 €) est le plus bas des trois supports. Faut-il envoyer un e-mail plutôt qu'un SMS avant les appels de 2026 ?

☐ Oui : avec 41 % d'e-mails ouverts, il resterait 944 clients à appeler et le dispositif coûterait 2 281,60 €, moins cher que celui qui commence par le SMS
☐ Non : avec 12 % de rendez-vous, il resterait 1 408 clients à appeler et le dispositif coûterait 3 395,20 €, contre 2 668,80 € en commençant par le SMS
☐ Oui : l'envoi aux 1 600 clients coûterait 16 € par e-mail au lieu de 96 € par SMS, et chaque rendez-vous obtenu reviendrait moins cher qu'avec le SMS

Justification :

Après chaque visite, l'entreprise transmet au client le compte rendu d'entretien et le certificat de ramonage, documents qu'il conserve, notamment pour son assureur. Quel support utiliser ?

☐ Un SMS qui résume l'intervention et donne la date de la prochaine visite d'entretien
☐ Un appel du technicien le lendemain pour présenter les deux documents, noté dans le CRM
☐ Un e-mail avec les deux documents en pièces jointes, enregistré dans le CRM

Justification :

Un matin, un technicien est retenu par une intervention plus longue que prévu : il aura une heure de retard chez ses trois clients de l'après-midi. Comment les prévenir ?

☐ Par une publication sur la page Facebook de l'entreprise, qui annonce le retard du technicien dans l'Embrunais
☐ Par un SMS à chacun, qui annonce la nouvelle heure d'arrivée et le numéro à appeler en cas d'empêchement
☐ Par un e-mail à chacun, plus complet, qui explique le retard d'une heure et propose de reporter la visite à une autre date

Justification :