

Le tunnel du guide pour les entreprises et le scoring des contacts

ConseilOr (entreprise fictive) accompagne les entreprises dans leur stratégie de digitalisation et de vente omnicanale. Son site, mis en place il y a cinq ans, est en cours de refonte : il présente ses offres de conseil, publie un blog et des guides, et vend en ligne des équipements pour le télétravail et la relation client à distance. De mai à août 2026, ConseilOr a fait connaître son guide « Organiser un centre de relation client » par des articles de blog et une page d'atterrissage (document 1). Les contacts reçoivent ensuite un scénario d'e-mails ; un consultant appelle ceux qui atteignent le seuil de la grille de scoring (document 2). Complétez les annexes, puis répondez aux questions d'analyse.

Document 1 - Le tunnel du guide, de mai à août 2026

Étape	Effectif
Visites des articles du blog	20 000
Clics sur l'appel à l'action « Télécharger le guide » (vers la page d'atterrissage)	1 400
Guides téléchargés (contacts)	504
Contacts transmis aux consultants	63
Nouveaux clients	14

Coûts : rédaction du guide 2 400 € ; huit articles à 180 € ; outil d'automation à 90 € par mois pendant quatre mois.

Document 2 - Grille de scoring et deux contacts

Critère	Points
Dirigeant ou responsable commercial	25
Entreprise de 10 salariés ou plus	10
Guide téléchargé	10
E-mail ouvert (par e-mail)	3
Clic dans un e-mail (par clic)	6
Visite de la page « Nos offres »	20

Seuil de transmission à un consultant : 60 points.

M. Peyrac, responsable commercial d'une PME de 35 salariés : guide téléchargé, 3 e-mails ouverts, 1 clic, visite de la page « Nos offres ». Mme Lenoir, gérante d'un commerce de 4 salariés : guide téléchargé, 4 e-mails ouverts, 2 clics.

Annexe 1 (tunnel du guide : arrondir les pourcentages et les montants au centième)

Question	Réponse
Taux de clic de l'appel à l'action (%)	
Taux de conversion de la page d'atterrissage (%)	
Taux de transformation des contacts en contacts transmis aux consultants (%)	
Taux de transformation des contacts transmis en clients (%)	
Coût total de la démarche (€)	
Coût par contact (€)	
Coût par nouveau client (€)	

Annexe 2 (scoring : en points)

Question	Réponse
Score de M. Peyrac (points)	
Score de Mme Lenoir (points)	

Questions d'analyse

Que faire du contact de Mme Lenoir ?

- ☐ La faire appeler par un consultant dès aujourd'hui, puisqu'elle dirige son entreprise
- ☐ La garder dans le scénario et lui envoyer des contenus adaptés à son commerce
- ☐ La retirer du fichier, puisqu'elle n'a pas atteint le seuil de 60 points

Justification :

Lesquelles de ces pratiques sont conformes pour les e-mails du scénario ? (plusieurs réponses)

- ☐ Un particulier reçoit le scénario alors que la case d'accord du formulaire était cochée d'avance
- ☐ Chaque e-mail indique l'expéditeur et permet de se désinscrire simplement
- ☐ Un contact qui s'est désinscrit reçoit encore les deux derniers e-mails du scénario
- ☐ Une responsable commerciale, informée et libre de s'opposer, reçoit des conseils liés à son métier

Justification :