

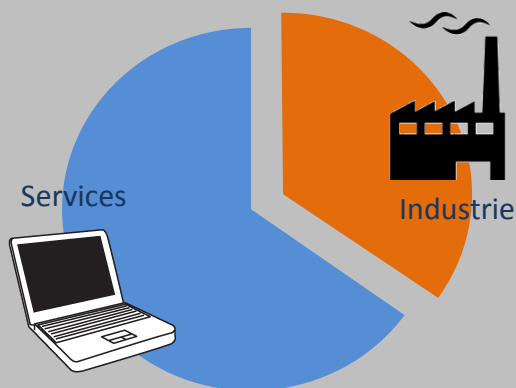
ETUDE SUR LA GESTION DES LEADS EN B2B

Echantillon de l'étude

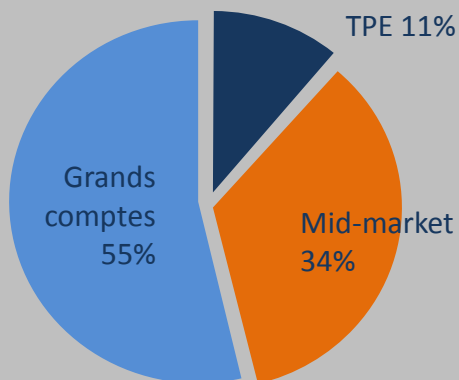
150 entreprises B2B

300 commerciaux

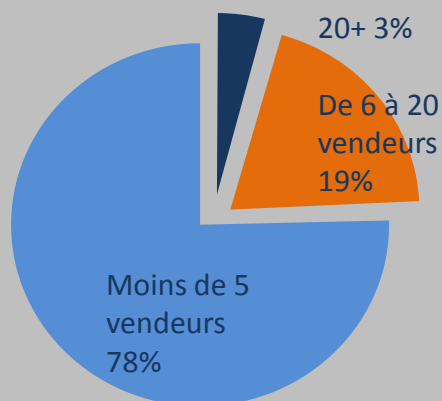
2000 leads analysés



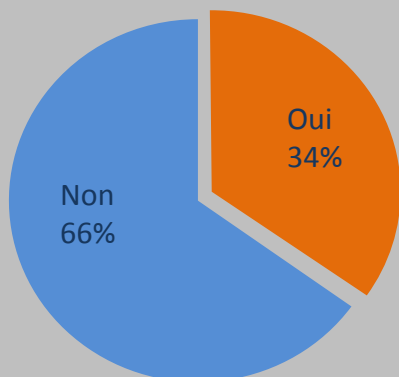
Les secteurs ciblés



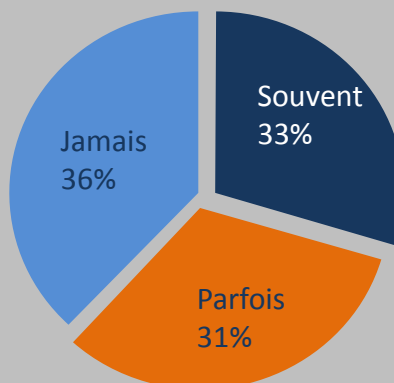
Les forces de vente



Existence d'un support interne

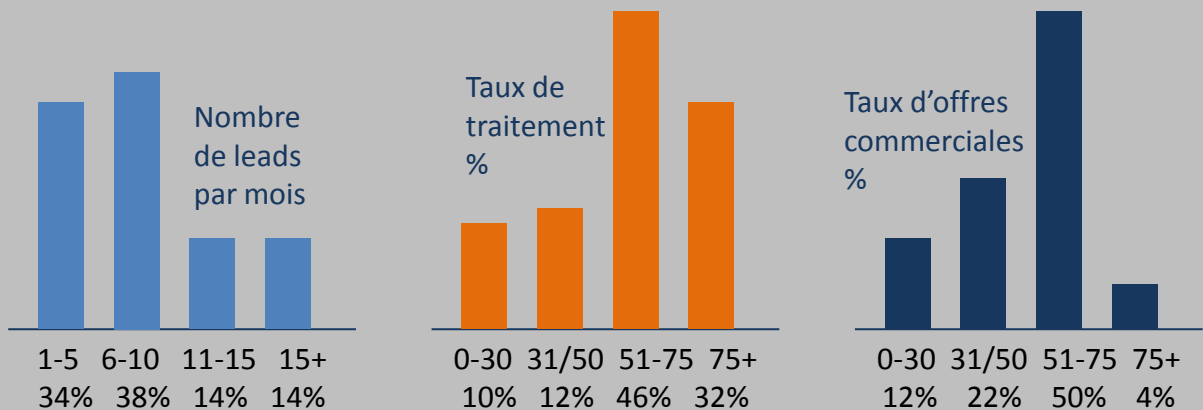


Recours à un prestataire



ETUDE SUR LA GESTION DES LEADS EN B2B

Sous - Echantillon – 50 entreprises qui externalisent la prospection.



Apport du prestataire externe sur le volume de leads

	Traitement en Interne	Apport supplémentaire du Prestataire	Total
Leads / mois/cial	19	6	25
Tx de traitement	30%	65%	38%
Leads exploités	5.7	3.9	9.6
Offres réalisées	3.99	1.95	5.94

Conclusion de l'étude

49%

Les entreprises faisant appel aux services d'un prestataire externe pour leur prospection augmentent de 49% en moyenne le nombre de propositions commerciales faites à de nouveaux clients potentiels.

En outre ces propositions commerciales supplémentaires peuvent être plus souvent dirigées vers des comptes à haut potentiel.

Deux conditions déterminantes sont néanmoins requises pour garantir le succès de la collaboration :

- Le prestataire doit être spécialiste du B to B et parfaitement connaître les marchés cibles de son client,
- Ses collaborateurs doivent être formés à l'activité du client et être objectivés à la qualité des leads fournis afin que ceux-ci soient en adéquation avec les attentes des commerciaux terrain. Les leads présentant moins de potentiel peuvent être traités à distance.