



# INTERNET MARKETING



LEAD BtoB  
Marketing & lead Management

## ROI DE LA PROSPECTION VIA INTERNET

La Prospection Via Internet  
Combien Ça Coûte ? Combien Ça Rapporte ?

[www.leadbtob.biz](http://www.leadbtob.biz)



# Le sommaire

1. Pourquoi La Prospection Digitale ?	3
2. Combien Ça Coûte ?	4
3. Combien Investir ?	5
4. Combien Ça Rapporte ?	7
5. Comment Je Finance Mon Projet ?	9
Merci	10



## 1. Pourquoi la prospection digitale ?



### UN NOUVEL IMPÉRATIF...

Demande atone, marchés hyper concurrentiels, conjoncture incertaine... Les PME doivent néanmoins trouver les moyens de se développer commercialement, tout en s'adaptant à la nouvelle réalité commerciale.

54% d'opportunités commerciales en plus sont nécessaires pour générer le même chiffre d'affaires qu'avant.

ÉTUDE IDC

66% des prospects B2B ont déjà choisi leur solution avant même d'avoir rencontré un commercial.

ÉTUDE SIRIUSDECISIONS

8% seulement des affaires signées trouvent leur origine dans les salons, le marketing direct et la prospection téléphonique, qui ont coûté plus de 50% du budget marketing.

ÉTUDE HUBSPOT

Face à ce contexte, nous avons avec le temps mis au point un service complet de prospection via internet qui a pour objectif d'aider les entreprises en B2B à se développer commercialement, plus efficacement et à moindre coût, en utilisant pleinement le potentiel d'internet.

### ET UN NOUVEAU MODÈLE ÉCONOMIQUE !

Vous disposez sans doute aujourd'hui de trois types de ressources pour générer du chiffre d'affaires : le digital, le marketing traditionnel, vos forces commerciales.

Or ces trois méthodes n'ont pas toutes la même efficacité selon que vous essayez d'attirer, de motiver ou de convaincre vos prospects. Il est nécessaire de doser habilement vos techniques et vos ressources selon leur étape dans le cycle d'achat pour trouver votre optimum.

La prospection via internet permet d'attirer beaucoup plus de prospects, de les motiver plus efficacement et de les convaincre plus rapidement.

Elle est en général la méthode la plus efficace et la moins coûteuse dans les deux premières étapes du cycle.



## 2. Combien ça coûte ?

Que recouvre le service de prospection chez leadbtob ?

- Un service unique à sous forme d'abonnement durant lequel :

Nous créons vos communications : après une phase d'analyse et d'interviews, LeadBtoB conçoit et réalise les communications qui permettront d'attirer et de motiver vos prospects là où ils se trouvent sur internet : livre blanc, infographie, ebook, évaluation et calculateur en ligne, étude de cas, témoignage, etc.

Nous automatisons votre prospection digitale : LeadBtoB met en place l'infrastructure digitale (site, centre de ressources, pages de téléchargement, blog, logiciel) qui permet d'exécuter les campagnes de communication sur internet, de qualifier les prospects motivés et de les passer automatiquement à vos commerciaux au moment opportun.

Nous pilotons vos campagnes : selon des objectifs commerciaux et un calendrier précis défini ensemble, LeadBtoB pilote tout au long de l'année les campagnes multicanales (réseaux sociaux, emailing, référencement, etc.) en mesure la performance en temps réel, et les ajuste.

Une équipe déléguée à votre projet, rompue à exécuter une méthodologie qui a fait ses preuves et en maîtrise les 6 compétences clefs :



PILOTAGE



COMMUNICATION  
DIGITALE



PROCESSUS  
COMMERCIAL



SYSTÈME  
D'AUTOMATISATION



INFRASTRUCTURE  
WEB



CRÉATION  
GRAPHIQUE

- Un contrat de service qui verrouille nos engagements : pas de surprise avec LeadBtoB tout est écrit à l'avance :

le périmètre du service, le détail des livrables, le prix et les conditions de paiement, et les obligations juridiques du service, sont directement dans le contrat.

- Une garantie de résultat :

LeadBtoB s'engage sur un volume minimal de prospects intéressés, volume défini à l'avance avec chaque client dans le contrat.





L'effort pour „rentrer” est le plus difficile. Bernasconi a travaillé et a investi **18 900 EUR** pour générer plus de **80 000 EUR** sur une période de 3 années.

La prospection en ligne est un dispositif modélisé. Vous mesurez précisément l'impact commercial et financier de chacune de vos communications, de votre site web, de votre présence dans les réseaux sociaux, etc. La modélisation est basée sur :

- Les taux de transformation propres à chaque canal choisi pour attirer vos prospects sur internet taux de clic, leads issus des visites. Ils sont issus des paradigmes du marché.
- Les taux de conversion successifs dans la maturation de vos prospects (prospects intéressés, prospects mûrs, prospects motivés, opportunités commerciales générées).
- Vos variables commerciales : la durée de votre cycle de vente, la valeur unitaire de vos affaires et votre taux de marge sont les variables qui permettent d'évaluer finement la rentabilité de votre investissement.

#### Année 1 (période de 7 mois) cas Bernasconi Concept

# DE CAMPAGNES	5
CONTACTS ACTIFS	148
TAUX DE CONVERSION	12%
PROSPECTS INTÉRESSÉS	17
TAUX DE CONVERSION	64%
PROSPECTS MÛRS	11
TAUX DE CONVERSION	37%
PROSPECTS ENGAGÉS	4
TAUX DE CONVERSION	75%
AFFAIRES SIGNÉES	3
CHIFFRE D'AFFAIRES	32 000 €
BUDGET INVESTIT	8 300 €
MARGE NETTE	8 860 €

Nous sommes sur l'acquisition de clients récurrents. On "démontre une collaboration".



## 4. COMBIEN ÇA RAPPORTE ?

NOTRE SERVICE, VENDU SOUS LA FORME D'UN ABONNEMENT ANNUEL, SE RENTABILISE EN GÉNÉRAL EN 5 À 10 MOIS. SA PERFORMANCE SE MESURE EN TERMES DE PROSPECTS, CHIFFRE D'AFFAIRES ET MARGE ADDITIONNELS.

### UNE PRÉVISION FIABLE DU ROI

Notre modélisation de la performance du dispositif de prospection digitale est basée sur :



Les taux de transformation propres à chaque canal choisi pour attirer vos prospects sur internet (réseaux sociaux, publicités en ligne, emailing, etc.) : taux de clic, leads issus des visites. Ils sont issus de notre expérience et des paradigmes du marché.



Les taux de conversion successifs dans la maturation de vos prospects (prospects intéressés, prospects mûrs, prospects motivés, opportunités commerciales générées).



Vos variables commerciales  
La durée de votre cycle de vente, la valeur unitaire de vos affaires et votre taux de marge sont les variables qui nous permettent d'évaluer finement la rentabilité de votre investissement en prospection via internet.



## ET SI NOUS PARLIONS DE CAS CONCRETS ?



Découvrez deux exemples de business case répondant à des typologies de clients différentes. Vous serez en mesure de voir la rentabilité de chacune de nos trois offres de service.



TELECHARGEZ LES BUSINESS CASE



## 5. Comment je finance mon projet ?

### Comment je finance mon projet ?

Vous souhaitez confier votre prospection digitale à une équipe d'experts, mais vous restez frileux sur le coût d'une telle démarche. Et pourtant la clef est dans vos comptes !

TOUTES VOS DÉPENSES ACTUELLES SONT-ELLES EFFICACES ?

SOUVENEZ-VOUS...



**8% SEULEMENT DES AFFAIRES SIGNÉES TROUVENT LEUR ORIGINE DANS LES SALONS, LE MARKETING DIRECT ET LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE, MAIS ONT COÛTÉ PLUS DE 50% DU BUDGET MARKETING.**

Aujourd'hui vous dépensez... Dans des salons, de la prospection téléphonique, des annuaires, voir des parutions dans des revues spécialisées, ...

Réduisez un peu votre prospection téléphonique, faites un salon de moins, enlevez deux parutions et votre budget est prêt pour la prospection via internet.





## EN RECHERCHE DE CROISSANCE POUR VOTRE PME ? DEBUTEZ LA PROSPECTION VIA INTERNET!

Vous voulez vous lancer mais ne savez pas comment vous y prendre ? Faites le point sur les technologies et les compétences nécessaires, et les solutions de mise en œuvre.

Philippe dorey contact pour votre projet

### Contact

Philippe DOREY Responsable de projet

email : [philippe.dorey@leadbtob.biz](mailto:philippe.dorey@leadbtob.biz)

mobile : +33 (0)6 33 91 27 64

LEADBTOB - 14E rue Pierre de Coubertin

Parc de Mirande - 21000 Dijon - FRANCE

[www.leadbtob.biz](http://www.leadbtob.biz)

LEADBTOB est une marque de la société LEADSEEKER