

### Chapitre 3 (Activités complémentaires) :

#### ACTIVITE : Gérer la base de données e-mailing de l'entreprise « Auto@pièces »

---

Fiche savoirs marketing - collecte de l'information (acheter ou louer un fichier e-mailing)

Fiche outils – comment créer l'e-mailing parfait ?

Documents 1 :

*M. Dupont vous demande de l'aider à lancer une campagne d'e-mailing auprès de 1000 PME de plus de 20 salariés. Il vous confie cette tâche.*

*Pour cette campagne, vous avez fait le choix d'un prestataire extérieur. Aujourd'hui, la campagne est terminée et vous souhaitez évaluer son efficacité.*

#### **Travail à faire :**

**4. Quel est l'intérêt de recours à un prestataire extérieur pour réaliser la campagne d'e-mailing ?**

**5. Évaluez l'efficacité commerciale et financière de cette campagne d'e-mailing.**

**6. Quel bilan tirez-vous de cette campagne d'e-mailing ?**

**LE PLUS DIGITAL !**

**Créer un e-mailing  
destiné aux camarades  
de votre classe pour leur  
proposer un produit de  
votre entreprise (lieu de  
stage).**

#### **Document 1: Données concernant la campagne d'e-mailing de novembre 2018**

Prestataire des services:

- Nombre d'adresses: 1100

- Coût du fichier : 0,24€ par adresse

- Coût de la conception de l'e-mail (infographiste) : 280€

- Coût de la mise en place et de la gestion de la campagne: 600€

Taux de remontées (demandes de visites) : 4% Coût moyen d'une visite: 49,60€

Taux de marquage moyen: 43%

Nombre de visites ayant abouti à une vente (pièces détachées) : 12

Chiffre d'affaires moyen d'une vente: 700€ HT