COMPÉTENCE 2 :

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)
Document 1

M. Dupont vous demande de l'aider à lancer une campagne d'e-mailing auprès de 1 000 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 est financière de cette campagne d'e-mailing.

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

LE PLUS DIGITAL !

Créez 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 de service :
-Nombre d'adresses : 1 100
-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 marque moyen : 43 %
-Nombre de visites ayant abouti à une vente (pièces détachées) : 12
-Chiffre d'affaires moyen d'une vente : 700 € HT