



Michel SOUFIR
Directeur Général

0970 407 007
+216 21243787

datascopie.com

5 Idées-Forces
nous animent

Cliquez ici

Datascopie —
L'excellence en télémarketing

Le Datameeting

Le contact direct

Le datameeting, consiste dans la mise en place d'opérations qui ont pour but d'obtenir un contact direct avec le prospect ou le client. Prise de rendez-vous , à domicile, sur un salon, dans un show room, ou téléphonique
Création de trafic sur un point de vente, organisation de petit déjeuners, de séminaires et ...

La réussite d'une opération de datameeting , réside dans l'analyse du contexte de la mission pour pouvoir choisir la stratégie la plus adaptée . Celle-ci va dépendre de plusieurs critères :

1. la notoriété de l'entreprise, et son produit
2. L'offre précise et ce qu'on va apporter au prospect ou au

client durant la rencontre.

3. L'organisation logistique et le suivi

Généralement, nous privilégions une stratégie en trois temps, permettant de gommer le manque de notoriété ou d'information de la cible.

1. Identification des interlocuteurs et qualification des besoins, phase screening qui identifie les pas intéressants.

2. Envoi d'un message email, fax ou courrier de présentation

3. Prise de contact et organisation du meeting.

Le rendez-vous peut parfois être pris en premier appel, bien sur , mais dans tous les cas nous allons relancer les prospects intéressants pour notre client .

Tester avant tout

Pour bien s'organiser, nous proposons systématiquement de tester les missions sur 100 heures de travail . Cela permet de caler tous les petits détails et de valider les aspects budgétaires spécifiques à une opération. Notre méthodologie consiste dans la création d'un véritable environnement pour votre opération et la période test consiste donc à faire en sorte que chaque phase de l'opération se déroule comme il faut et avec les meilleures stratégies.



La Co-Production
avec notre client, un
gage de réussite .
C'est la base de
notre démarche
pack confrère

Type de missions

L'expérience très importante que nous avons, tant au niveau des secteurs d'activités, des cibles ainsi que des types de missions déjà réalisées, nous permet de comprendre avec une grande efficacité vos briefs, et de mettre en place très rapidement les terrains (parfois en une heure dans le cas d'une mission simple et en un à deux jours pour une mission plus compliquée).

De façon plus générale, nous pouvons prendre en charge des opérations très rapidement : de 5 minutes à une heure, au niveau de particuliers comme sur des cibles spéciales telles que des médecins ou des dirigeants d'entreprise.

Nous intervenons grâce à notre plateforme études sur toutes les problématiques de la passation des questionnaires, au recrutement d'enquêtes internet, réunions de groupes et prise de rendez-vous.

Le développement commercial, de la prise d'informations à la télévente en passant par les prises de rendez-vous.

Les services clients au niveau information, réception d'appels et gestion des réclamations

**Un seul
interlocuteur
est responsable
de la réussite de
votre mission :
Michel Soufir
Directeur
général de
datascopie
Il est entouré
d'une équipe
importante
mais il sera
votre garant du
début à la fin**

Il centralise votre demande, l'analyse et la budgétise. De ce fait, le montant accepté par vous ne sera pas dépassé

Il assure la préparation de l'opération, la met en route et en fonction du sujet, organise la méthodologie adaptée, les applications informatiques, la formation et le suivi .

L'opération, en fonction de son profil, pourra peut-être débuter dans l'heure, le fait de travailler ensemble de façon continue permet de créer des modèles qui rendront plus efficace notre collaboration

Un mail est distribué automatiquement toutes les heures à l'ensemble de l'équipe, permettant à chacun de connaître son score et les commentaires du manager de la mission.

Tous les contacts sont vérifiés au fil de l'eau avec retour sur enregistrement pour valider un point ou pour améliorer la collecte des verbatim

Par mail quotidien, vous recevez le tableau des résultats avec, lorsque c'est nécessaire, ses commentaires opérationnels. Nous pouvons vous proposer plusieurs formats en fonction de la mission et de votre demande.

Déroulement de la mission

A. Dossier de Production



B1. Préparation des équipes

Voici la méthodologie suivie pour chaque campagne pour la préparation des équipes :

Travail durant une à deux journées d'apprentissage d'un document de synthèse sur le sujet ainsi que l'apprentissage par cœur (avec récitation) de l'argumentaire.

Reprise de chaque mot difficile ou technique avec un entraînement spécifique.

Ensuite conférence téléphonique avec le client pour des simulations complètes avec chaque télé-opérateur lui permettant d'une part de s'assurer que cette personne est adaptée pour cette mission, et d'autre part se rendre compte du niveau de formation obtenue. Chaque simulation a été préparée par le client pour entraîner nos collaborateurs à éviter les pièges. L'ensemble de l'équipe est présente et profite donc des remarques du client.

En début de mission, un enregistrement de chaque télé- opérateur est réalisé et envoyé au client pour valider en situation réelle.

B2. Prototypage

Il est réalisé par le responsable de l'opération (chef de module) et répondra aux objectifs suivants :

Apprécier la perméabilité de la cible à l'opération

Tester la pertinence et la performance des questions ou des informations à faire passer

Évaluer l'impact de l'argumentaire et des réponses aux objections et questions éventuelles des personnes interrogées

Analyser globalement l'impact et le bon déroulement de l'opération.





La Production par
téléphone est un
travail d'équipe

*Chaque
contact est
contrôlé au
fil de l'eau*

C. Production du terrain

C1. gestion des Ressources humaines

Sur le terrain, les équipes seront organisées de la manière suivante : un chef de module et 4 à 5 télé-opérateurs. Le Chef de module, réalise lui-même la moitié de son temps, des contacts terrain, cela lui permet d'être toujours en phase avec les personnes contactées. Il va faire de l'écoute, du suivi et du contrôle de qualité pendant le reste du temps.

Chaque journée doit générer l'activité prévue . L'objectif doit être clairement identifié, calculé et analysé pour pouvoir réagir vite.

Chaque personne de l'équipe doit connaître le résultat quotidien et identifier sa participation personnelle. C'est le sentiment de réussite qui motive les hommes, il faut donc prendre soin de ne pas les décourager par des objectifs trop élevés ou par une bureaucratie contraignante.

C2. Suivi des résultats quantitatifs

La supervision se fait en temps réel, le suivi quantitatif est donc permanent.

Un plan d'écoute à la volée se fait avec une fiche compte rendu, permettant de déterminer pour chaque télé-opérateur son score qualité. De façon à imaginer les résultats d'une mission et de voir d'un seul coup d'œil la situation d'un terrain, nous avons mis en place un système de score (Objectif=100), nous allons donc suivre tous les composants d'une opération, télé-opérateur, équipe, opération, centre d'appels à partir de ce score.

C3. Suivi des résultats qualitatifs

Chaque contact est vérifié, argument par argument , taux de remplissage, pourquoi on n'a pas répondu à telle question ? Tous les contacts sont enregistrés, il est donc facile de revenir à la source pour compléter ou valider un oubli.

Nous allons utiliser la réécoute pour enrichir le verbatim dans les questions ouvertes.

En fonction de la demande du client, nous pouvons lui proposer un panel de contacts enregistrés lui permettant d'imager la présentation des résultats chez le client.

C4. Analyse statistique et rapport

Nous pouvons, bien sur, réaliser les analyses statistiques dont vous avez besoin pour présenter votre rapport ainsi que monter les présentations power point . Un service après vente de 6mois vous accompagne.

Modèle de suivi des résultats

Tableau de résultats «At a glance »

Résultats en fonction des jours de la semaine pour analyse des différences

Reprise des résultats semaine par semaine

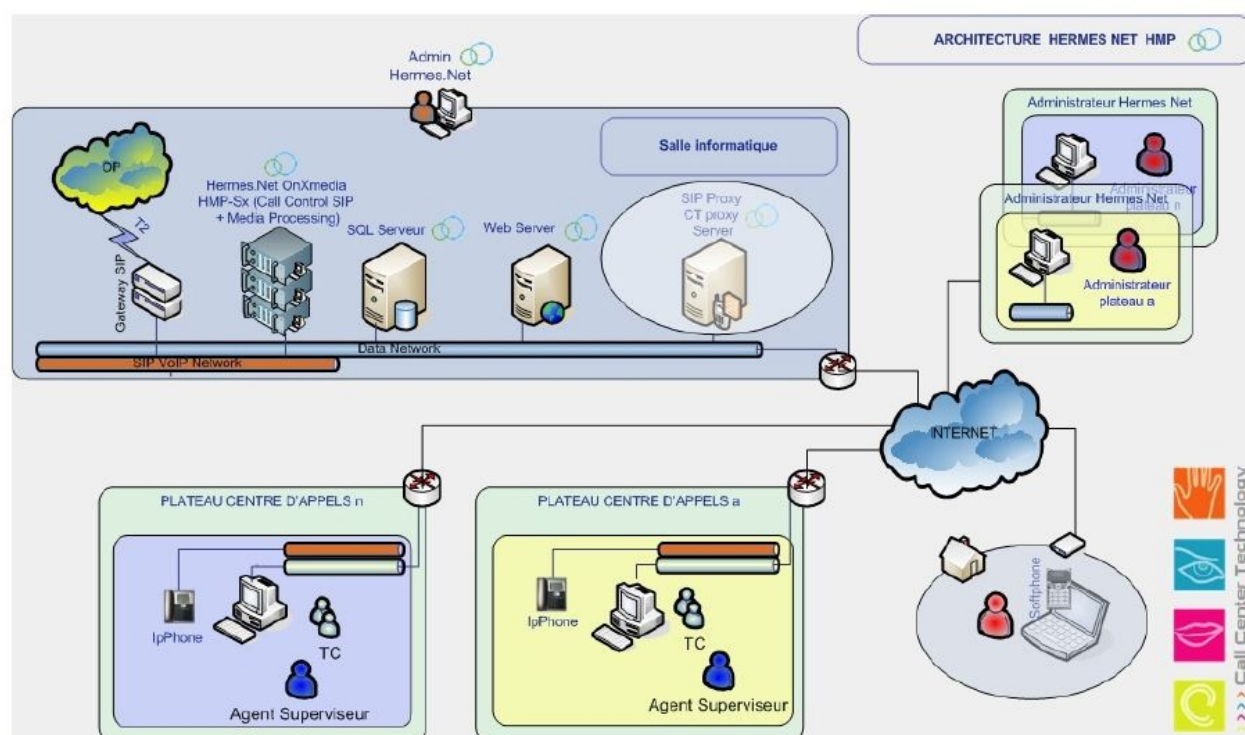
Suivi des résultats par pourcentages des catégories, pour la semaine en cours et au total de la mission

		Lundi 04/07/2011		Mardi 05/07/2011		Mercredi 06/07/2011		Jeudi 07/07/2011		Vendredi 08/07/2011		Semaine		Total général		Semaine 1 27/06/2011 01/07/2011		Semaine 2		Semaine 3	
ResultatAction		Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%				
01.Enq	Enquête	45	56,96%	52	70,27%	43	61,43%	60	75,00%	42	64,62%	242,00	65,76%	542,00	68,52%	300,00	70,92%				
02.EnqInc	Incomplète	3	3,80%	5	6,76%	7	10,00%	3	3,75%	2	3,08%	20,00	5,43%	43,00	5,44%	23,00	5,44%				
03.HC	Hors cible	12	15,19%	7	9,46%	8	11,43%	4	5,00%	8	12,31%	39,00	10,60%	89,00	11,25%	50,00	11,82%				
04. Refus	Refus	19	24,05%	10	13,51%	12	17,14%	13	16,25%	13	20,00%	67,00	18,21%	117,00	14,79%	50,00	11,82%				
Total général		79	100,00%	74	100,00%	70	100,00%	80	100,00%	65	100,00%	368	100,00%	791	100,00%	423	100,00%				
Nb heures		24		32		24		24		24,00		128,00		260,00		132,00					
Nb/Cts/heures		3,29		2,31		2,92		3,33		2,71		2,88		3,04		3,20					
Nb/Enq/Heure		1,88		1,63		1,79		2,50		1,75		1,89		2,08		2,27					
SCORE sur 100		93,75		81,25		89,58		125		87,5		94,53		104,23		113,64					

Suivi de la productivité en nombre de contact par heure et nombre d'enquêtes par heure

Le score nous permet de voir d'un seul coup d'œil si l'objectif est atteint (objectif = 100)

Organisation technique





La Co-Production
avec notre client, un
gage de réussite

**La prise de
contact est
réussie grâce
aux facultés
d'adaptation du
téléopérateur
et à son
aptitude à
connaître le
prospect et lui
présenter des
arguments**



Co-Production

La Co-Production avec nos clients est absolument essentielle. Nous nous nourrissons de l'expérience, de l'information, de la culture marketing de l'entreprise pour pouvoir construire ou nous approprier les outils de vente et les méthodologies d'approche. Nous fournissons également les informations nécessaires, au fil de l'eau, pour vous permettre de comprendre et d'analyser ce qu'il se passe sur le terrain et ainsi de réagir pour nous permettre de nous améliorer.

Notre stratégie de contact

Elle repose sur une démarche que nous appelons la technique de l'entonnoir, permettant d'assurer une présentation personnalisée en fonction de la collecte d'information que le télévendeur aura faite au préalable (celle-ci peut se faire en deux appels)



**Présentation du produit de façon
personnalisée en réponse à la collecte
d'information**

L'application informatique

Dans une opération de ce type, l'application informatique est essentielle pour guider nos

Secrétaire Bonjour, je suis Stéphanie Leroy de xxxxx Je vous appelle car nous souhaitons vérifier certaines informations sur votre entreprise, puis-je avoir la secrétaire de votre directeur.

Argumentaire

XXXXX ROUTE DE SOLESMES

Etage Batiment Zone Industrielle BP Lieu Dit

Code Postal 59400 Ville CAUROIR

TEL xx xx FAX x xx Fax valide ? ☒ Adresse valide ? ☒ 56138

Pouvez-vous m'indiquer votre secteur d'activité, la taille de l'entreprise (nombre de personnes qui travaillent) et une tranche de chiffre d'affaire

CodeAPET: 2521Z Lib Fabrication de radiateurs et de chaudières pour le chauffage central ActivitéDescription:

Effectif 50A99 La taille salariale de l'ensemble de votre entreprise: 50A99 TrancheCA: 5 à 10 M€

avez-vous un bureau d'étude ? Oui une direction recherche et développement ? Non Avez-vous des ingénieurs, des techniciens ? Oui

En resumé :: A bien une activité recherche sur place

Maintenant je souhaiterais vérifier les noms des personnes concernées - on vérifie les noms ou on demande les fonctions suivantes : PDG ou gérant, DG, Directeur financier et administratif, directeur recherche ou bureau d'études, Directeur Technique - demander téléphone direct, fax direct et email DIRIGEANT: xxxxx

Base information :

Nouvel interlocuteur **I8** **Actualiser**

Civilité	Prénom	Nom	Fonction	Service	Maj	Présent	OK Email	Basé A
M.	Frédéric	xxxx	Responsable	Bureau Etudes	Maj	Présent	OK Email	Basé A
M.	Yves	xxxx	PDG		Maj	Présent	OK Email	Basé A
M.	Amaud	xxx	DG		Maj	Présent	OK Email	Basé A

Secrétaire Bonjour, je suis Stéphanie Leroy de xxxxx Je vous appelle car nous souhaitons vérifier certaines informations sur votre entreprise, puis-je avoir la secrétaire de votre directeur.

Argumentaire

XXXXX ROUTE DE SOLESMES

Etage Batiment Zone Industrielle BP Lieu Dit

Code Postal 59400 Ville CAUROIR

TEL xx xx FAX x xx Fax valide ? ☒ Adresse valide ? ☒ 56138

Pouvez-vous m'indiquer votre secteur d'activité, la taille de l'entreprise (nombre de personnes qui travaillent) et une tranche de chiffre d'affaire

CodeAPET: 2521Z Lib Fabrication de radiateurs et de chaudières pour le chauffage central ActivitéDescription:

Effectif 50A99 La taille salariale de l'ensemble de votre entreprise: 50A99 TrancheCA: 5 à 10 M€

En cliquant sur les boutons secrétaire et Argumentaire on affiche le texte correspondant, ensuite mise à jour et validation de l'information basique

avez-vous un bureau d'étude ? Oui une direction recherche et développement ? Non Avez-vous des ingénieurs, des techniciens ? Oui

En resumé :: A bien une activité recherche sur place

Maintenant je souhaiterais vérifier les noms des personnes concernées - on vérifie les noms ou on demande les fonctions suivantes : PDG ou gérant, DG, Directeur financier et administratif, directeur recherche ou bureau d'études, Directeur Technique - demander téléphone direct, fax direct et email DIRIGEANT: xxxxx

Base information :

Nouvel interlocuteur **I8** **Actualiser**

On peut aussi valider certaines informations sur l'entreprise permettant un screening et ensuite on va demander les différentes fonctions concernées

Civilité	Prénom	Nom	Fonction	Service
M.	Frédéric	xxxx	Responsable	Bureau Etudes
M.	Yves	xxxx	PDG	
M.	Amaud	xxx	DG	

Tél x xx Fax xx xx 05-janv-11 FaxSte

Email: f@xxxxx.com

CommentaireInter:

56138 0 Statut Présent Date MAJ Fiche 05-janv-11 Resultat OK Email

Pour chaque interlocuteur une fiche est ouverte pour collecter l'information sur sa fonction mais également sur ses attributions



Insister sur les avantages du rendez-vous

Le tracking permet d'une part de montrer le sérieux de notre demande de rdv et d'éliminer au maximum les lapins



La prise de rendez-vous

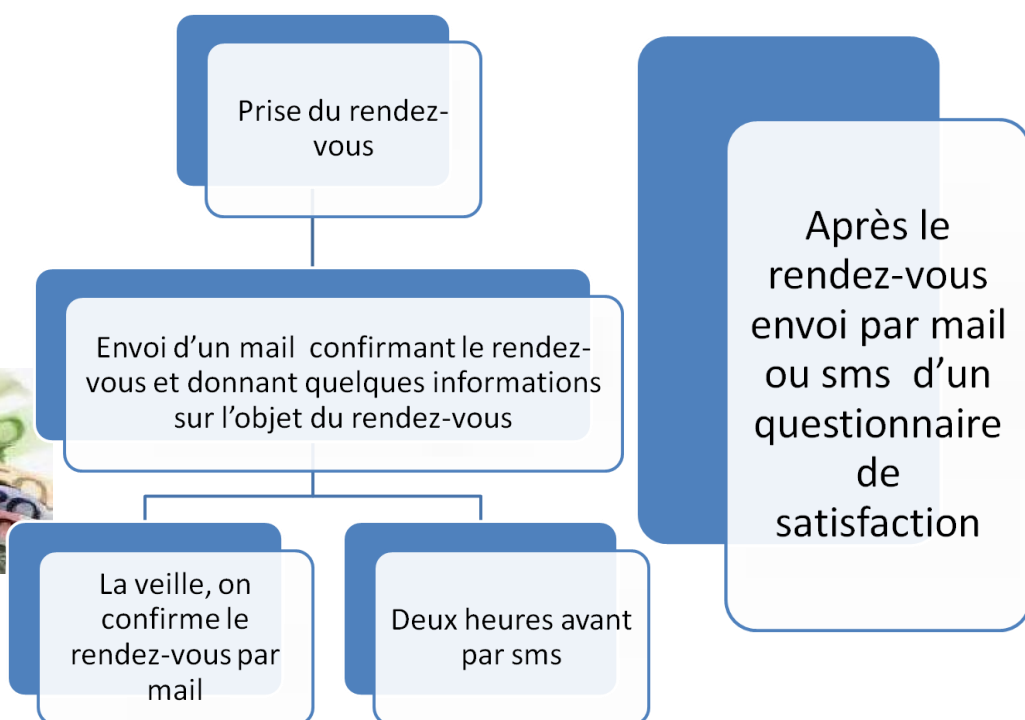
L'efficacité maximum d'un contact est lorsque nous pouvons arriver à créer avec le prospect un relationnel et surtout à se positionner comme un pro de notre secteur.

Cette situation est la plus favorable pour collecter de l'information et pour prendre un rendez-vous qui va venir prolonger cette démarche de conseil que nous aurons réussi à instaurer.

La liaison avec le commercial est importante aussi, la livraison d'un rendez-vous dans un agenda partagé ou en partageant nos applications doit se faire de façon très fiable pour gérer le planning mais aussi recevoir rapidement le feed-back du commercial pour reprendre le contact en cas de problème

Le tracking RDV

Pour optimiser et fiabiliser les rdvs, nous utilisons le mail et le sms pour confirmer les rdv mais aussi en faire le suivi.



Datascopie

L'excellence en télémarketing



Nos centres d'appels sont basés à Tunis (en Tunisie).

En centre ville, proche des moyens de transports, nous disposons d'un

vivier de profils qui nous permettent de faire une sélection draconienne avant d'intégrer un collaborateur .

Nous disposons d'un potentiel important de positions de travail entièrement informatisées en Voix sous IP et d'une double liaison terrestre et satellitaire avec la France.

Sont réalisées différentes opérations d'études marketing, de développement commercial et de service clients en réception et en émission d'appels pour des prestataires de télémarketing, des cabinets d'études et pour des annonceurs.

Demandez-nous votre projet personnel

+33 970407007 +216 21243787

ma ligne directe France

mon mobile en Tunisie

michel.soufir@datascopie.com

Sur quoi repose notre valeur ajoutée

La multi-compétence, adaptée à la mise en œuvre d'applications concrètes en entreprise permet de maximiser les résultats (télémarketing, mailing, Datamanagement, Infomarketing, Analyse statistique des informations marketing et commerciales, communication électronique, gestion de la distribution)

Être à l'écoute de nos clients, de leurs marchés, nous permet d'adapter nos outils à leur environnement.

L'implication des dirigeants dans chaque campagne est une garantie d'originalité et de sérieux.

Une méthodologie rigoureuse et une qualité technique irréprochable sont les garants des opérations réussies.

Être réactif c'est vous proposer un projet 24 heures après votre demande, c'est réaliser des opérations flash qui permettent d'interroger 100 à 200 cibles en 24 heures analyse comprise.

Garantir la qualité de notre travail, et le refaire gratuitement sur simple demande de votre part, s'il ne correspond pas à votre attente.

Vous proposer une garantie de résultats en fonction de l'opération que vous envisagez de mener.