RESSOURCE GRATUITE · GUIDE CALCUL

Le coût par rendez-vous tenu.

Le chiffre que votre agence ne vous montre pas, comment le calculer, et les trois réglages qui le font baisser. Avec le tableau de calcul à remplir.

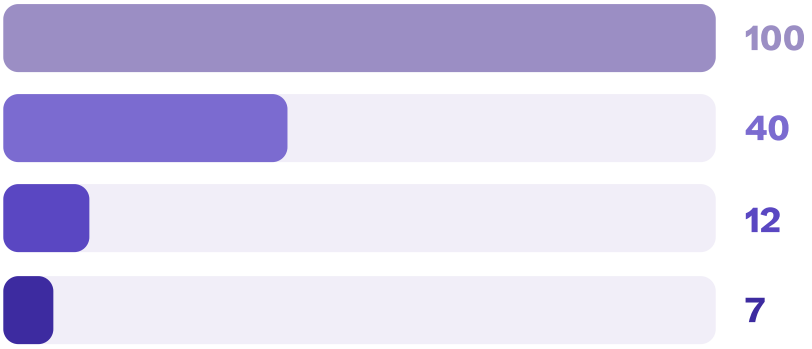
Amira Dounassre *fondatrice de Leadvice*

LE PROBLÈME

Le coût par lead raconte la moitié.

Le gestionnaire de publicités affiche un coût par contact. C'est le chiffre qu'on présente en fin de mois, parce que c'est le seul que Meta et Google connaissent. Votre directeur commercial, lui, paie des rendez-vous.

SUIVEZ 100 CONTACTS



Chiffres d'exemple.

À 18 DH le contact, ces 100 contacts ont coûté 1 800 DH. Ils ont donné 7 rendez-vous tenus : **257 DH le rendez-vous**, quatorze fois le chiffre affiché.

> **Ce que ça change.** Deux campagnes se comparent sur le coût par rendez-vous tenu, jamais sur le coût par contact. Sinon, on coupe souvent la mauvaise.

LA FORMULE

Budget ÷ rendez-vous tenus = votre vrai prix.

ÉTAPE	FORMULE	EXEMPLE
Coût par contact	budget ÷ contacts	1 800 ÷ 100 = 18 DH
Taux de joignabilité	joints ÷ contacts	40 ÷ 100 = 40 %
Taux de prise de rendez-vous	rendez-vous pris ÷ joints	12 ÷ 40 = 30 %
Taux de présence	rendez-vous tenus ÷ pris	7 ÷ 12 = 58 %
Coût par rendez-vous tenu	**budget ÷ rendez-vous tenus**	**1 800 ÷ 7 = 257 DH**
Coût par vente	budget ÷ ventes	1 800 ÷ 1 = 1 800 DH

Deux campagnes, laquelle couper ?

CAMPAGNE A

18 DH le contact · 100 contacts · 7 rendez-vous tenus

257 DH

CAMPAGNE B

30 DH le contact · 100 contacts · 15 rendez-vous tenus

200 DH

B coûte presque deux fois plus cher au contact et 22 % moins cher au rendez-vous. Au coût par lead, on aurait coupé B.

Chiffres d'exemple.

OÙ SE PERDENT LES CONTACTS

Trois fuites, trois réglages.

1. Les contacts qu'on ne joint pas

Cause habituelle : le délai. Un contact rappelé le lendemain a souvent déjà parlé à un concurrent. Réglage : un message WhatsApp automatique dans la minute, puis un appel le matin même ; deux essais d'appel à des heures différentes.

2. Les joints qui ne prennent pas rendez-vous

Cause habituelle : le premier échange récite la brochure. Réglage : une seule question qui qualifie, puis deux créneaux précis au choix (« mardi 10 h ou jeudi 17 h ? »), jamais « quand êtes-vous disponible ? ».

3. Les rendez-vous qui ne viennent pas

Cause habituelle : aucun rappel. Réglage : un message la veille et un autre deux heures avant, avec l'adresse et le nom de la personne qui reçoit.

Combien rapporte chaque réglage

Sur l'exemple, passer de 40 % à 60 % de contacts joints fait tomber le coût par rendez-vous tenu de 257 à 171 DH, sans un dirham de pub en plus. Le tableau de calcul fait ce calcul pour vous.

LE SUIVI

Les quatre chiffres à demander chaque mois.

CHIFFRE	QUI LE FOURNIT	COMMENT
Contacts reçus	L'agence ou Meta	Le centre de prospects ou l'export du formulaire
Contacts joints	L'équipe commerciale	Un statut par contact : nouveau, joint, rendez-vous, perdu
Rendez-vous tenus	L'équipe commerciale	Le statut « venu » coché après chaque visite ou appel
Coût par rendez-vous tenu	Le calcul	Budget du mois ÷ rendez-vous tenus

Les deux chiffres du milieu ne viennent pas de Meta, mais de l'équipe commerciale. C'est pour ça que si peu d'entreprises les suivent : personne ne relie le tableau de l'agence au téléphone du commercial.

La routine de 15 minutes, chaque lundi

- [ ] Exporter les contacts de la semaine.
- [ ] Faire mettre un statut à chaque contact par l'équipe.
- [ ] Remplir une colonne du tableau de calcul.
- [ ] Regarder l'étape au plus faible taux : c'est le chantier de la semaine.

LE TABLEAU DE CALCUL

Remplissez les cases jaunes.

Le fichier calcul-cout-par-rendez-vous-leadvice.xlsx, livré avec ce guide, fait tout le calcul.

- Une colonne par campagne ou par mois, quatre au total.
- Les cases jaunes : budget, contacts, joints, rendez-vous pris, rendez-vous tenus, ventes.
- Le reste se calcule : coût par contact, chaque taux de passage, coût par rendez-vous tenu, coût par vente.
- La dernière ligne dit où votre campagne perd le plus, et quoi faire en premier.
- Les colonnes A et B sont des exemples : remplacez-les par vos chiffres.

> **Pas de chiffres de joignabilité ?** C'est déjà un diagnostic. Commencez par un statut par contact pendant deux semaines, puis refaites le calcul.

ET MAINTENANT

On fait le calcul avec vos chiffres.

Pendant 45 minutes, on reprend vos campagnes, on calcule votre coût par rendez-vous tenu et on vous montre l'étape où part votre budget.

DIAGNOSTIC OFFERT · 45 MINUTES

leadvice.org

Réservation en ligne, créneau confirmé immédiatement.

Leadvice accompagne depuis 2022 des promoteurs immobiliers, des écoles privées et des entreprises de taille moyenne et grande au Maroc : plus de 80 000 contacts générés pour plus de 42 clients.

Amira Dounassre *fondatrice de Leadvice*