



TROISIEME PARTIE: 9 points

3.1 Choix du produit : 2 points

Compte tenu de la période, juin, et des problèmes de rentabilité de l'agence, il serait souhaitable de mettre en place une action sur les prêts revolving. En effet ce produit génère de fortes marges. De plus c'est le mois avant les vacances et il y a donc de bonnes opportunités de ventes.

3.2 Opération commerciale : Prêt revolving

Cible choisie : 1 point

Les segments S1 et S2, en particulier les 25 -44 ans ne possédant pas encore de crédit revolving.

Ne pas retenir les clients ayant déjà des incidents de paiement.

Nombre de clients : 1 point

Pour vendre 10 prêts revolving, il faut contacter au moins 300 clients. (300 clients = 50 rendez-vous = 10 ventes)

Moyens utilisés : 3 points

Envoi d'un courrier personnalisé à tous les clients de la cible leur démontrant l'utilité du crédit revolving, en particulier au moment des vacances. Les inciter à prendre rendez-vous au plus vite avec leur conseiller clientèle.

Relance téléphonique réalisée par les conseillers eux-mêmes auprès des clients de leur portefeuille afin d'augmenter le taux de rendez-vous.

Assurez les entretiens et vendre le crédit revolving.

Planning : 2 points

Courrier : envoi fin mai, début juin.

Téléphone : fin de la première semaine de juin.

Rendez-vous : réserver des plages prioritaires pour cette action les 3 dernières semaines de juin.