

WHITEPAPER #1

Téléphoner intelligemment commence par le respect



Un plan d'action pour un télémarketing réussi
et conforme avec les insights de
Do Not Call Me ASBL

Introduction

Le télémarketing (re)prend vie. À une époque de surcharge numérique, une conversation téléphonique personnelle reste l'un des moyens les plus efficaces pour atteindre réellement les décideurs. De plus, un appel téléphonique marque mieux les esprits. Les prospects qui reçoivent d'abord un appel répondent presque deux fois plus aux emails de suivi et se souviennent mieux de votre entreprise.

Cependant, le succès ne repose plus sur le volume, mais sur **la confiance**.

Do Not Call Me ASBL s'engage depuis sa création à protéger cette confiance. Non pas en limitant le télémarketing, mais en le **professionnalisant**.

Ce whitepaper offre aux entreprises un plan d'action concret, pratique et conforme pour renforcer leurs campagnes d'appels — dans le respect de la législation, du prospect ou client et de la marque elle-même.

Les entreprises qui respectent la liste Ne m'Appelez Plus sont les plus intelligentes, surtout en matière de respect du consommateur et de ROI de leurs campagnes

 **Burt Riské** — Directeur Général de Do Not Call Me ASBL

La nouvelle réalité du télémarketing

De la quantité à la qualité

L'époque des appels à froid massifs est révolue. Les entreprises qui appellent de manière aléatoire perdent plus qu'elles ne gagnent : temps, argent, clients, réputation et confiance.

Aujourd'hui, les consommateurs attendent de la pertinence, de la transparence et du respect de leur choix de ne pas être contactés.

La liste Ne m'Appelez Plus n'est pas un obstacle dans ce processus, bien au contraire : elle constitue **une valeur ajoutée, un filtre de qualité**. La liste aide les entreprises à atteindre uniquement les clients ou prospects ouverts au contact.

Le contexte en chiffres

- Chaque mois, 3 à 5 entreprises démarrent des campagnes de télémarketing.
- 1,5 million d'inscriptions figurent sur la liste Ne m'Appelez Plus, un mélange de consommateurs et d'entreprises.
- Le nombre de plaintes pour appels indésirables a culminé en 2023, été réduit de moitié en 2024, et ce trend s'est poursuivi début 2025.

Nouvelles entreprises de télémarketing (mensuel)



3 à 5



Chaque mois, 3 à 5 entreprises en moyenne se lancent dans des activités de télémarketing.

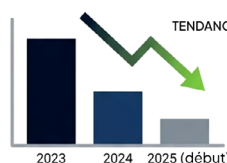
Inscriptions sur la liste Ne m'Appelez Plus



1,5 Million

Un mélange de consommateurs et d'entreprises sur la liste.

Plaintes pour appels indésirables



Le nombre de plaintes pour appels indésirables a culminé en 2023, été réduit de moitié en 2024, et ce trend s'est poursuivi début 2025.

* Au moment de la publication de ce livre blanc, les chiffres complets pour 2025 n'avaient pas encore été publiés par le SPF Économie.

Le plan en 6 étapes pour un télémarketing impactant

Étape 1 — Commencez par votre cible, pas par votre base de données

Une bonne conversation commence par la bonne personne. Définissez qui vous voulez atteindre, à quel moment il est préférable de contacter ce décideur, quel est votre pitch et quelle solution vous proposez.

Le télémarketing fonctionne mieux lorsqu'il est intégré dans un mix marketing global — et non comme action isolée.

 Burt Riské — Directeur Général de Do Not Call Me ASBL

Étape 2 — Construisez une bonne base de données, avec la liste Ne m'Appelez Plus

Trop souvent, la liste Ne m'Appelez Plus est perçue comme une simple obligation administrative. En réalité, c'est **un filtre stratégique**.

En appelant uniquement les personnes ouvertes au contact, vous économisez du temps opérationnel, évitez les plaintes et renforcez l'image de votre marque.

Chaque jour, la liste Ne m'Appelez Plus est mise à jour en ligne. Il est donc essentiel de vérifier régulièrement l'ensemble de votre base de données.

Do Not Call Me ASBL offre aux titulaires de licence différentes méthodes pour effectuer rapidement et efficacement les vérifications dans leur workflow, via une connexion SFTP ou une intégration API avec le système CRM.

Étape 3 — Formez votre équipe à la conduite d'appels éthique

Le succès du télémarketing ne dépend pas des scripts, mais de l'empathie et de l'écoute.

Les collaborateurs qui comprennent cela et l'appliquent lors de l'appel font la différence entre un appel agaçant et une conversation de valeur.

Fournissez à votre équipe les outils nécessaires, bases de données, FAQ... et donnez-leur des registres de mots-clés pour converser de manière pertinente.

Et formez votre équipe à écouter réellement : apprenez-leur à percevoir le bon timing et le bon ton, ne réagissez pas défensivement face à une objection, mais répondez-y de manière constructive. Posez des questions ouvertes et explorez les contre-arguments sans chercher à convaincre du contraire.

Étape 4 — Utilisez la technologie pour automatiser le respect

La combinaison des systèmes CRM et de l'intégration de la liste permet de rendre la conformité non plus une tâche manuelle.

Avec des outils modernes, les entreprises peuvent automatiquement :

- vérifier si un numéro figure sur la liste Ne M'Appelez Plus,
- documenter quand quelqu'un a donné son consentement pour être appelé,
- documenter quand quelqu'un a exercé son droit d'opposition lors d'une conversation,
- rester à jour face à toute modification de la réglementation.

En gérant qualitativement la base de données, vous réalisez un **gagnant-gagnant** pour le rendement et la réputation.



Étape 5 — Mesurez ce qui compte

Beaucoup d'entreprises continuent de mesurer le télémarketing uniquement sur la base du nombre d'appels.

La nouvelle norme est la qualité par contact :

- Combien de conversations ont conduit à une conversion ?
- Combien de suivis positifs ont été réalisés ?



5 % à 15 % des conversations aboutissent à des rendez-vous immédiats, selon le secteur. Le reste pose souvent les bases de collaborations qui, dans les 24 mois, se concrétisent — générant ainsi une seconde vague de chiffre d'affaires.

 **Mathias Van Rietvelde, Co-fondateur de Victus Sales**

Ce que vous mesurez détermine ce que vous valorisez et permet également d'adapter vos campagnes selon votre budget.

Étape 6 — Intégrez les retours et continuez à écouter

Les plaintes ne sont pas un problème — elles constituent une opportunité d'amélioration. Un processus de gestion des plaintes clair, associé à une communication transparente sur les désinscriptions, renforce la crédibilité de l'organisation, non seulement auprès de vos clients, mais aussi de vos collaborateurs.

Chaque conversation respectueuse est un investissement dans la confiance, même si elle ne débouche pas encore sur un « oui » aujourd'hui.

Le rôle de Do Not Call Me ASBL

DNCM ASBL occupe une place centrale dans l'écosystème du télémarketing éthique. Elle :

- gère les licences de la liste Ne m'Appelez Plus,
- soutient les entreprises avec des outils pratiques,
- crée un dialogue entre le secteur, les pouvoirs publics et les abonnés.

L'objectif : un marché où le télémarketing est professionnel, pertinent et responsable.

Pourquoi cela fonctionne :

Les entreprises qui suivent ce plan d'action rapportent :

- un taux de conversion plus élevé,
- des conversations plus honnêtes avec une satisfaction client accrue,
- une image de marque plus claire.

La clé ? Ne pas appeler davantage, mais appeler mieux.

Le télémarketing respectueux est le seul télémarketing qui a un avenir.

Leadership éclairé en action

L'avenir du télémarketing ne réside pas dans de nouveaux scripts ou des objectifs agressifs, mais dans une combinaison de respect, d'une connaissance claire de la cible, d'une base de données à jour, d'un pitch efficace et de collaborateurs formés.

Do Not Call Me ASBL souhaite montrer au secteur que la conformité, la transparence et le respect ne sont pas des limites — ce sont les fondations d'une croissance durable.

Investir aujourd'hui dans un télémarketing éthique, c'est investir dans la confiance. Et la confiance est, plus que jamais, la force de conversion la plus puissante qui existe.

Commandez la liste sur dncm.be