

WHITEPAPER #2

L'éthique se vend



Comment le respect de la liste Ne m'Appelez
Plus augmente votre ROI et réduit vos coûts.

Une approche économique du télémarketing
conforme par Do Not Call Me ASBL

 **DNCM**
Do Not Call Me

Introduction

Le télémarketing a la réputation d’être un canal coûteux et risqué. Pourtant, lorsqu’il est correctement utilisé, il reste l’une des formes de communication les plus directes et les plus impactantes. La clé ne réside pas dans le fait d’appeler davantage, mais d’appeler mieux. Dans ce whitepaper, nous démontrons que le télémarketing éthique n’est pas seulement une nécessité légale, mais aussi une stratégie économiquement rentable pour les entreprises.

Le Q-ROI du télémarketing respectueux: 5 leviers de valeur

Alors que le télémarketing orienté volume se concentre principalement sur les résultats de vente directs, le télémarketing orienté valeur nécessite une évaluation plus large des performances de campagne : le Quality-Adjusted ROI.

Chaque appel que vous n’êtes pas censé faire, est un coût (double) évitable. —

 Burt Riské — Managing Director Do Not Call Me ASBL

1 — Acquisition Quality

Déterminée par le coût par lead et la qualité des leads (adéquation à la cible). Ces facteurs définissent l’efficacité de l’acquisition et réduisent le gaspillage de volume de contacts. Une meilleure acquisition quality permet d’obtenir des leads

plus pertinents et une utilisation plus efficace de la capacité commerciale.

- La liste Ne m’Appelez Plus permet **d’améliorer l’adéquation effective à la cible + d’assainir le pipeline**

2 — Conversion Efficiency

Déterminée par le taux de conversion et le temps de conversation effectif par conversion. Ensemble, ces facteurs définissent l’efficacité des interactions commerciales et augmentent le rendement par point de contact. Cela se traduit par une production plus élevée par appel et une utilisation plus efficace de la capacité commerciale.

3 — Delayed Conversion Value

Le télémarketing n’est pas un canal de closing, mais un premier point de contact dans le parcours de conversion. Les conversions peuvent survenir jusqu’à 24 mois après le premier contact, ce qui confirme l’effet de nurturing à long terme des conversations.



Q-ROI CRÉATION DE VALEUR MAÎTRISÉE
DANS LE TÉLÉMARKETING

 PLUS DE VALEUR PAR CONTACT	 PLUS DE RENTABILITÉ SUR LE LONG TERME	 CONFIANCE, CONFORMITÉ ET CONTRÔLE
--	---	---

4 – Customer Lifetime Value

Déterminée par la rétention, l'upsell/cross-sell et la durée des contrats. Ces facteurs définissent la valeur totale qu'un client génère sur l'ensemble de son cycle de vie et représentent ainsi la véritable valeur économique des nouveaux clients.

5 – Compliance & Risk Efficiency

Basée sur une politique de contact conforme au RGPD et le respect de la liste Ne m'Appelez Plus. Cela réduit les risques juridiques et réputationnels et contribue à la réduction des coûts, à la maîtrise des risques et au renforcement de la confiance envers la marque.

- L'effet de la liste Ne m'Appelez Plus : **réduction structurelle des risques + protection de la marque + économies de coûts**

Ensemble, ces 5 leviers de valeur forment un modèle intégré dans lequel la croissance commerciale n'est pas uniquement guidée par l'efficacité et la conversion, mais aussi par la création de valeur à long terme et des conditions-cadres éthiques. Dans ce cadre, le télémarketing n'est pas seulement un outil de vente directe, mais un point de départ stratégique au sein d'une relation client durable.

Pourquoi la liste Ne m'Appelez Plus est un filtre de rentabilité

De l'obligation à la stratégie

Trop d'organisations considèrent la liste Ne m'Appelez Plus comme une obligation juridique ou une contrainte opérationnelle. En réalité, cette liste fonctionne comme un filtre de qualité stratégique au sein du processus commercial.

Si vous souhaitez contacter 100 personnes et que 10 figurent sur la liste Ne m'Appelez Plus, vous savez à l'avance que vous aurez 10 conversations négatives.

 **Mathias Van Rietvelde** — dirigeant Victus Sales



En excluant à l'avance les contacts non autorisés ou non réceptifs, elle améliore la qualité de la base de données avant même le premier point de contact.

Cela génère trois avantages immédiats :

- 1. Moins de coûts** : moins d'appels à planifier, moins d'appels inutiles, moins de gaspillage de capacité commerciale
- 2. Moins de risques** : pas d'amendes, pas de plaintes, pas d'atteinte à l'image
- 3. Meilleures conversations** : moins d'interactions négatives, probabilité de conversion plus élevée

Moralité : moins appeler, plus gagner.

Les coûts cachés de la non-conformité

1. Amendes et risques juridiques

Le non-respect de la législation sur le télémarketing peut entraîner des sanctions administratives élevées ainsi qu'un préjudice réputationnel.

2. Gaspillage opérationnel

Le temps que les équipes consacrent à des leads erronés ou au traitement des plaintes = perte de productivité et démotivation de l'équipe.

3. Préjudice réputationnel

Le bouche-à-oreille négatif se propage plus vite que jamais. Une mauvaise expérience peut dissuader des dizaines de futurs clients.

Comment l'éthique crée de l'efficacité

Le télémarketing éthique ne consiste pas à suivre des règles, mais à intégrer la qualité dans le processus.

Les entreprises qui adoptent la bonne approche observent des gains mesurables en :

- **Qualité des données** – en filtrant en amont, on travaille avec des données actualisées et pertinentes
- **Qualité des conversations** – des collaborateurs mieux formés obtiennent de meilleurs taux de conversion
- **Optimisation des processus** – l'intégration du contrôle Ne m'Appelez Plus dans le CRM ou le logiciel d'appels permet de gagner des heures de travail
- **Relations à long terme** – le respect génère la confiance, et la confiance crée la fidélité client

Thought leadership en action

Do Not Call Me ASBL soutient le secteur du télémarketing en facilitant la connaissance, les outils et le dialogue.

L'organisation collabore avec les annonceurs, les centres d'appels et les décideurs politiques afin de :

- simplifier les processus de conformité,
- renforcer la sensibilisation à la liste Ne m'Appelez Plus,
- restaurer la confiance sociétale dans la prospection téléphonique.

En télémarketing, la réputation est la seule chose que vous ne pouvez pas acheter, seulement mériter.

 **Burt Riské** – Managing Director DNCM ASBL

Conclusion: le ROI commence par la confiance

Les entreprises qui respectent les règles gagnent non seulement sur le plan juridique, mais aussi sur le plan stratégique.

Chaque appel conforme est une opportunité de créer de la valeur plutôt que de générer de l'irritation.

L'avenir du télémarketing appartient aux organisations qui osent investir dans la qualité, et non dans la quantité. Le respect ne coûte rien, mais rapporte tout.

Téléchargez le whitepaper "Bien appeler commence par le respect" et découvrez comment la conformité est la première étape vers une croissance durable.

Oserez-vous vous regarder dans le miroir ?

Travaillez-vous pour une entreprise de télémarketing qui tient ses promesses et fait ce qu'elle doit faire ?

Êtes-vous le professionnel qui :

- ✓ sait exactement qui il peut appeler grâce à la liste Ne m'Appelez Plus ?
- ✓ accepte un « non » avec respect ?
- ✓ travaille exclusivement avec des listes fiables et exactes ?
- ✓ s'appuie sur les données et le respect.



Pour respecter les règles, il faut commencer par la liste **Ne m'Appelez Plus**.
Rendez-vous sur dncm.be pour découvrir toutes les informations sur le marché et les règles à respecter.