

# Les chiffres qui comptent pour juger une action marketing (avec exemples concrets)

# 1. Taux de conversion (prospects $\rightarrow$ clients)

• Formule: (nombre de clients / nombre de demandes) × 100

## Repères :

o **■** Bon: 50 % et +

o 🛕 Moyen : 30 à 50 %

X Mauvais: <30 %</li>

## Exemple concret:

10 personnes t'appellent dans le mois pour demander un devis → 6 acceptent et te laissent leur téléphone.

$$\leftarrow$$
 Taux = 6 ÷ 10 = **60 %** → bon!

#### Action à mener :

- Si tu es en dessous de 30 %, c'est que les clients repartent voir ailleurs → vérifie ton argumentaire (garantie, rapidité, professionnalisme).
- Mets en avant des preuves rassurantes (avis Google, affichage clair des tarifs).

## Mise en place :

 Note chaque semaine nombre de demandes et nombre de réparations réalisées → fais le calcul (papier, Excel ou carnet).

# 🙀 2. Retour sur investissement (ROI) d'une action

- **Formule** : (bénéfice généré ÷ coût de l'action) × 100
- Repères :



## Exemple concret:

Tu fais imprimer 100 flyers pour 40 €.

Résultat : 8 clients viennent grâce aux flyers → chaque réparation rapporte en moyenne 50 € de marge → 400 € de bénéfice.

FOI = 400 ÷ 40 = 1000 % → action très rentable!

#### Action à mener :

- Si ROI <100 %, arrête l'action → inutile de dépenser.
- Si ROI >200 %, multiplie l'action (réimprime plus de flyers, ou refais une campagne).

## Mise en place :

- Quand tu fais une action (flyer, pub Facebook, promo), note dépense + nouveaux clients générés.
- Demande systématiquement au client : « Vous nous avez connu comment ? »

# 🖈 3. Taux de fidélité clients (clients qui reviennent)

• Repères:

o 🔽 Très bon : 40 % et + reviennent

6 Correct: 20-40 %

X Mauvais: <20 %</li>

### Exemple concret:

Sur 50 clients servis en janvier, 15 reviennent d'ici juin (nouvelle panne,



accessoire, téléphone de la famille).

**†** Taux fidélité = 15 ÷ 50 = **30 %** → correct mais améliorable.

#### Action à mener :

- Si ton taux est bas, relance tes anciens clients : envoie un SMS/email 2
  ans après un changement batterie → propose un diagnostic gratuit.
- Offre un petit bonus (ex : pose gratuite d'un verre trempé pour un client fidèle).

## Mise en place :

- Tiens un **fichier clients** (Excel ou logiciel) avec date de la réparation et type d'intervention.
- Mets un rappel automatique pour les recontacter.

# 4. Impact Google My Business (ou réseaux sociaux)

- Repères simples :
  - Bon: au moins 20 % des vues se transforment en appels ou itinéraires.
  - Si beaucoup de vues mais peu d'appels → problème de profil.

### Exemple concret:

Ton profil Google reçoit 500 vues en un mois.

👉 120 personnes demandent l'itinéraire ou appellent = 24 % → excellent !

#### Action à mener :

- Si peu d'appels malgré beaucoup de vues → ajoute plus d'avis clients positifs et photos réelles de ton atelier.
- Mets tes horaires à jour (évite que Google affiche « fermé » alors que tu es ouvert).



# Mise en place :

- Chaque semaine → regarde tes statistiques Google My Business.
- Fixe-toi un objectif simple : +1 avis client par semaine.

## Fixit Conseil final

👉 Chaque indicateur est **un tableau de bord**.

Si tu sais mesurer, tu peux améliorer.

Si tu ne mesures pas, tu avances « à l'aveugle ».