

## IBM décerne un Award « Meilleure Pratique Marketing » à Comm'Back

**Le mix des services Profile 4U et Génération Leads de Comm'Back primé par IBM en tant que meilleure pratique marketing pour optimiser l'efficacité du télémarketing**

Fontenay-sous-Bois, le 9 octobre 2007

*Société spécialisée dans les bases de données, la génération de leads, le télémarketing et le profiling orientés Business Développement, Comm'Back vient de recevoir un Award « Best Practice Marketing World » de la part d'IBM pour son mix Génération Leads (leads pré-qualifiés) et Profile 4U (profiling).*

*Au travers de cette offre Comm'Back, IBM a pu mettre en évidence un taux de détection de leads de 12,5% contre les 5% qui sont la norme habituelle des campagnes classiques de télémarketing basées sur des critères de tailles, de CA ou de secteurs d'activités. Ce surcroît d'efficacité dans la prospection commerciale grâce à des leads pré-qualifiés représente pour IBM une diminution du coût par lead qualifié de l'ordre de 38%.*

« Nous sommes fiers d'avoir reçu cet Award de la part d'IBM. Aujourd'hui, la prospection commerciale « classique » sur le marché SMB est très coûteuse. L'approche Comm'Back qui vise à travers son service de télémarketing à pré-qualifier les leads (Génération Leads) et à prospector les cibles les plus porteuses (Profile 4U) répond à cette problématique en rentabilisant la prospection sur ce marché » déclare Alain Perez, fondateur de Comm'Back.

### Comment optimiser les campagnes de télémarketing ?

En faisant appel à Comm'Back, IBM a souhaité bénéficier de leads pré-qualifiés pour optimiser l'efficacité des campagnes de prospection. En effet, en utilisant des prospects pré-qualifiés, l'entreprise qui prospecte ne paie que les contacts pour lesquels un réel projet existe. C'est de cette façon qu'IBM a pu mettre en évidence un taux de détection de leads de 12,5% contre 5% en moyenne pour des campagnes basées sur des contacts non pré-qualifiés.

### Le programme Génération Leads de Comm'Back

C'est pour répondre aux besoins de ses clients qui souhaitaient aller au-delà de la simple analyse des parcs informatiques qu'est apparu le premier programme Génération Leads de Comm'Back en 1997.

Ce programme vient soutenir les efforts de prospection des forces de vente en leur apportant des listes de projets déjà validés et ciblés par rapport à leur offre.

Le programme Génération Leads est un système unique et économique d'animation commerciale :

- 10 opérateurs spécialistes des thématiques informatiques et télécoms audient chaque mois 2 500 entreprises IT
- Plus de 4 000 projets qualifiés sont détectés chaque mois sur 130 familles
- Systèmes applicatifs, Réseaux, Internet, Sécurité... un balayage exhaustif des opportunités !

### Profile 4U : une offre unique pour optimiser la prospection commerciale

L'offre de Profiling de Comm'Back a pu être mise en place avec le concours de deux éléments essentiels :

- l'outil de datamining Kxen, reconnu comme étant le plus performant pour réaliser des travaux de profiling
- la richesse des informations contenues dans les bases de données Comm'Back !

Ce service permet de reproduire à grande échelle ce que la pensée humaine est capable de réaliser sur un ensemble limité de données. Profile 4U permet de comparer le profil de chaque prospect d'une cible commerciale avec la typologie des clients de l'entreprise qui prospecte. Comm'Back établit ensuite un classement des comptes prospects du plus haut score de correspondance avec le profil client au plus petit pour définir la liste prioritaire des comptes à prospector.

Les bénéfices de ce service sont nombreux :

- Une plus grande efficacité dans les actions de prospection commerciale : un meilleur choix des cibles permet de gagner de précieux points de parts de marché tout en accélérant le rendu des résultats
- Une plus grande motivation de la part des ingénieurs d'affaires chargés de la prospection qui savent ainsi qui contacter en priorité
- Une meilleure utilisation des budgets marketing : un ciblage fin permet de contacter un prospect avec une méthode dont le coût est en relation avec la probabilité que ce prospect devienne client. Un prospect à faible potentiel pourra être contacté par mail ou email (coût < 1 euro), alors qu'un prospect identifié par Profile 4U comme intéressant pourra être directement contacté par un commercial (coût d'environ 50 euros).

## A propos de Comm'Back

Société française créée en 1994, Comm'Back fournit des informations et des services au marché Informatique et Télécom.

La diversité des offres Comm'Back et son expertise des marchés IT lui permettent d'apporter une réponse adaptée à chaque problématique client et en font le partenaire privilégié en matière de marketing direct et de prospection commerciale.

La majorité des grands constructeurs et des grands éditeurs sont aujourd'hui clients de Comm'Back. Au total, ce sont plus de 650 sociétés qui font confiance à Comm'Back pour la fourniture des informations commerciales sur lesquelles elles basent leur Business Développement.

Comm'Back est l'un des membres fondateurs du GIE European Market Intelligence Group qui met à la disposition du marché la première base IT européenne.

Comm'Back fait partie du Groupe Vecteur Plus, leader français de la veille commerciale sur les marchés publics et privés. Comm'Back complète ainsi son offre de services et propose désormais à ses clients l'accès à l'ensemble des appels d'offres publics concernant les produits et les services informatiques et télécoms. [www.comm-back.fr](http://www.comm-back.fr)

### **Contacts presse Comm'Back**

**MFC - Muriel Foucher**

**01 42 04 74 00 - [mfoucher1@aliceadsl.fr](mailto:mfoucher1@aliceadsl.fr)**

**Comm'Back - Eric Yuste**

**01 48 77 74 11 - [eyuste@comm-back.fr](mailto:eyuste@comm-back.fr)**