

Marketing téléphonique

# En période de crise, optez pour le "French off shore" !

A l'heure où tout va de plus en plus vite, multiplier par deux la rentabilité de vos commerciaux est un souci permanent. En réponse à la crise, la société Nazca lance un nouveau concept : le "French Off shore". Explication.

**D**ans la longue liste des actions mises en place face à la crise, l'univers du télémarketing n'échappe pas à la volonté de réduction des coûts, et recourt de plus en plus souvent à l'utilisation de société off shore.

En d'autre terme, on voit émerger des "call center" basés dans les pays du Maghreb, en Inde ou à la Réunion qui vendent à bas prix des opérations de télémarketing qui seront intégralement sous traitées par des sociétés off shore. Difficile dans ce contexte de bénéficier d'un réel suivi et contrôle des opérations. La question des outils de pilotage de ses opérations et du réel savoir-faire des prestataires restent souvent assez floue.

C'est fort de ce constat que Nazca afin de répondre aux exigences économiques d'une part, mais sans jamais perdre en qualité, a mis en place le French Off shore. Soit une double réponse : une agence en France, composée d'un plateau de cinquante postes pour répondre aux opérations complexes et un réseau off shore composé de trois cents positions, spécialisé par secteur (banque, assurances, santé, informatique) intégralement piloté par les équipes françaises.

L'idée c'est un savoir-faire français à des prix compétitifs. Si chaque euro investit doit créer de la valeur ajou-

tée, selon Nazca, le secret réside aujourd'hui dans la faculté d'adaptation. Chaque opération a sa solution : *"à l'heure de l'optimisation de l'individu dans l'entreprise, Nazca a placé l'homme au centre des problématiques en valorisant le métier des commerciaux sédentaires"*.

Ces derniers sont des salariés permanents de l'entreprise, et bénéficient d'un fixe plus un variable directement lié aux résultats. Ainsi en fonction des opérations à mettre en place, l'expertise Nazca permettra de trouver la meilleure solution au meilleur coût. Cela permet également de pouvoir étaler des opérations sur un mode de campagne trimestriel, le meilleur moyen pour un développement régulier de son entreprise et pour occuper à 100 % ses forces de vente. S'il est facile de contacter cent sociétés en une journée, il faudra parfois plusieurs mois pour parler avec ses cents contacts.

Novatrice en la matière, en gérant par-

fois une partie des opérations en Off shore, mais en gardant un parfait contrôle depuis les équipes Françaises, Nazca assure pouvoir aujourd'hui offrir le meilleur du marketing téléphonique au meilleur prix. A l'heure où les événements géopolitiques peuvent

rendre méfiant quant à une délocalisation, Nazca répond au travers d'un réseau dont l'étendue géographique permet de s'affranchir du contexte actuel. ■

Informations :  
[www.nazca-france.com](http://www.nazca-france.com)

