Fiche mémo | Leçon 34 | 29 min

Alimenter le CRM sans ressaisie, du formulaire à la fiche client

Un flux qui alimente le CRM cherche toujours avant de créer. Il remet l'adresse de courriel et le téléphone en forme, cherche le contact puis l'entreprise, crée ce qui manque, complète seulement les champs vides et prévient le commercial. L'IA ne sert qu'à lire le texte libre. L'accord de prospection est noté avec sa date et sa source.

Objectifs

- Choisir la clé qui reconnaît un client déjà connu et la remettre en forme avant la recherche
- Construire un flux qui cherche, crée ou complète une fiche sans jamais écraser le travail d'un commercial
- Enregistrer la base de la prospection (accord ou intérêt légitime) selon les règles de la CNIL

À retenir

- Un flux qui alimente le CRM cherche toujours avant de créer, sur une clé remise en forme : l'adresse de courriel en minuscules.
- L'entreprise se reconnaît au domaine de l'adresse, sauf messagerie grand public, ou au SIREN quand il est demandé.
- La mise à jour remplace seulement les champs qui suivent la dernière demande ; les autres ne se remplissent que vides.
- L'IA lit le texte libre et range le besoin dans une liste fermée ; elle n'ajoute aucune donnée sur l'entreprise ou la personne.
- Particulier : accord préalable, case non cochée. Professionnel : message lié à son métier, information et opposition simple.

Créer à chaque fois, chercher d'abord

Le flux qui crée

- Chaque formulaire crée une fiche
- Le même client existe trois fois, avec trois historiques
- Deux commerciaux le rappellent la même semaine
- Les relances partent en double

Le flux qui cherche d'abord

- Adresse remise en forme, puis recherche
- Trouvé : mise à jour des champs vides seulement
- Absent : création, avec la source et la date
- Doute : fiche « à vérifier », pas de fusion automatique

La demande à recopier

Demande à recopier La consigne de l'étape d'IA

```
Tu lis le message libre d'un prospect de [nom de l'entreprise], [activité], et tu remplis le
schéma fourni pour le CRM.
Règles : besoin parmi la liste, autre si rien ne correspond. echeance seulement si un mois, une
saison ou une date est écrit (« avant janvier » devient le mois précédent, AAAA-MM). budget_eur
```

```
seulement si un montant est écrit, sinon null. N'ajoute aucune information sur l'entreprise ou
la personne : ni secteur, ni taille, ni fonction. resume : une phrase factuelle, avec les mots
du prospect. incertain = true si le message parle de plusieurs besoins ou si tu as hésité.
```

Le code à recopier

Remettre un contact en forme avant la recherche — JAVASCRIPT

```
// Nœud Code de n8n, mode « Run Once for All Items »
const DOMAINES_PERSO = ["gmail.com", "hotmail.fr", "hotmail.com", "outlook.fr", "outlook.com",
  "yahoo.fr", "orange.fr", "free.fr", "laposte.net", "sfr.fr", "icloud.com"];
function majuscules(mot) { // « jean-marc » devient « Jean-Marc »
  return (mot || "").trim().toLowerCase().replace(/(^|[\s-])(\p{L})/gu, (m, sep, l) => sep +
l.toUpperCase());
}
function telephone(t) { // garde les chiffres, passe au format +33
  let c = (t || "").replace(/\(0\)/g, "").replace(/[^\d+]/g, "");
  if (c.startsWith("0033")) c = "+33" + c.slice(4);
  if (/^0\d{9}$/.test(c)) c = "+33" + c.slice(1);
  return /^\+\d{8,15}$/.test(c) ? c : null;
}
return $input.all().map(item => {
  const c = item.json;
  const email = (c.email || "").trim().toLowerCase();
  const emailValide = /^[^@\s]+@[^@\s]+\.[a-z]{2,}$/.test(email);
  const domaine = emailValide ? email.split("@")[1] : null;
  return { json: {
    email: emailValide ? email : null,
    domaine_entreprise: domaine && DOMAINES_PERSO.includes(domaine) === false ? domaine : null,
    telephone: telephone(c.telephone),
    prenom: majuscules(c.prenom),
    nom: majuscules(c.nom),
    societe: (c.societe || "").trim() || null,
    a_verifier: emailValide === false, // pas d'adresse exploitable : pas de recherche automatique
  } };
});
```

Exécuté sous Node le 15/11/2026 : « +33 (0)5 56 00 00 00 » et « 0033 5 56 00 00 00 » donnent tous deux +33556000000. Complétez la liste des messageries grand public selon vos clients.

Les erreurs fréquentes

L'erreur, et pourquoi elle coûte	La correction
Brancher le formulaire sur une action « créer un contact » sans recherche préalable. Chaque nouvelle demande d'un client connu crée une fiche de plus, sans son historique. Les relances partent en double, et deux commerciaux se disputent le même client.	Une recherche par adresse remise en forme avant toute création, avec l'option de création si rien n'est trouvé, et un test avec une adresse déjà connue avant la mise en service.
Mapper tous les champs du formulaire dans la mise à jour d'un contact existant. La mise à jour écrase ce que les commerciaux ont corrigé : un téléphone vérifié, une fonction, un nom bien orthographié. Le CRM se dégrade à chaque nouveau formulaire.	Séparez les champs qui suivent la dernière demande (date, source, besoin) de ceux qui ne se remplissent que vides, avec une condition ou un chemin.
Fusionner automatiquement les fiches qui ont le même téléphone ou le même nom. Un standard d'entreprise, un couple, deux homonymes dans la même ville : la fusion mélange deux historiques et ne se défait pas toujours.	Le téléphone et le nom signalent un doublon probable par une tâche ; une personne décide. Seule l'adresse de courriel remise en forme permet de retrouver un contact sans validation.