Fiche mémo · Leçon 13 · 32 min

Suivre vos comptes dans un CRM, de la cible au premier rendez-vous

Le CRM est la mémoire de votre prospection : où en est chaque compte, ce qui a été dit, et surtout qui a refusé. Reprenez les huit cases de la fiche compte, sept étapes, une tâche datée par compte actif, une case opposition qui bloque tout envoi, une revue chaque lundi et une purge chaque année.

Objectifs

- Paramétrer les champs et les étapes d'un CRM ou d'un tableur à partir de la fiche compte
- Tenir la case opposition et la revue du lundi pour qu'aucun refus ne soit relancé
- Appliquer chaque année les règles de conservation et faire résumer un historique par l'IA sans rien y ajouter

À retenir

- Le CRM reprend les huit cases de la fiche compte, avec la source de chaque coordonnée et la date du dernier contact venant de la personne.
- Sept étapes : à qualifier, à préparer, contacté, en conversation, rendez-vous, et deux sorties, en sommeil jusqu'à une date écrite ou opposition.
- Chaque compte actif a une tâche datée ; une date donnée par la personne fait foi.
- L'opposition se coche le jour même, bloque tout envoi sur tous les canaux et se garde au moins trois ans.
- Chaque lundi, trente minutes de revue ; chaque année, la purge des fiches sans contact venant de la personne depuis trois ans.

Le pipeline d'un compte, de la cible au rendez-vous

1 — À qualifier
Le compte vient d'une source licite ; ses critères ne sont pas encore vérifiés.

→

2 — À préparer
Il entre dans la cible ; la fiche compte reste à remplir.

→

3 — Contacté
Premier message ou appel ; la séquence tourne, quatre touches au plus.

→

4 — En conversation
La personne a répondu autre chose qu'un refus.

→

5 — Rendez-vous
Une date est fixée : ce cours s'arrête, le suivi commercial commence.

Deux sorties possibles à chaque étape : « en sommeil » jusqu'à une date écrite, ou « opposition », définitive pour la prospection.

La demande à recopier

Demande à recopier **Proposer les champs et les étapes, avec source et conservation**

```
Rôle : tu aides une PME à paramétrer un CRM de prospection B2B conforme au RGPD.
Contexte : notre fiche compte a huit cases : le compte, pourquoi lui, le signal,
l'interlocuteur, les faits vérifiés, l'angle, le canal permis, l'historique. Nous suivons
[nombre] comptes, à [nombre] utilisateurs, dans [HubSpot gratuit, Pipedrive, folk, un tableur].
Tâche : propose la liste des champs, puis la liste des étapes.
Format : un tableau (champ ; type : texte, liste, date, case à cocher, adresse web ;
obligatoire oui ou non ; source attendue ; durée de conservation). Puis les étapes avec leur
condition d'entrée. Règles : un champ « Source de la coordonnée », un champ « Date du dernier
contact venant de la personne », une case « Opposition » avec sa date et ses mots ; aucun champ
sur la vie privée ; pour la conservation, écris « trois ans après le dernier contact venant de
la personne, référentiel de la CNIL » ou « au moins trois ans pour la liste d'opposition »,
sans inventer d'autre durée.
```

Note : Relisez chaque durée proposée : une durée qui n'est pas l'une des deux de la consigne sort du tableau.

Les erreurs fréquentes

L'erreur, et pourquoi elle coûte	La correction
Supprimer la fiche d'une personne qui s'est opposée, « pour faire propre ». Rien ne garde plus la trace du refus. Au prochain import d'une liste de salon ou d'adhérents, la personne revient et reçoit un message, après avoir dit non.	Sortez-la de toute prospection et gardez dans la liste d'opposition la coordonnée, la date, le canal et ses mots, au moins trois ans.
Laisser des comptes actifs sans prochaine tâche datée. Un compte en conversation sans tâche s'oublie, et la personne qui attendait un document ne le reçoit jamais ; à l'inverse, une relance sans date part au hasard.	Une tâche datée par compte actif, vérifiée chaque lundi ; quand la personne donne une date, c'est elle qui fait foi.
Ajouter au CRM tout ce qui pourrait servir : âge, situation familiale, loisirs vus sur un profil. Ces données sont sans rapport avec la prospection B2B et exposent l'entreprise si la personne demande ce que vous savez d'elle.	Limitez les champs aux huit cases de la fiche compte et aux champs de suivi ; une information qui ne sert pas à préparer un contact ne s'écrit pas.
Coller l'export complet du CRM, noms et coordonnées compris, dans une IA gratuite pour « faire le point ». Des données personnelles de prospects partent chez un fournisseur dont l'offre peut employer les échanges pour entraîner ses modèles, sans que vous puissiez le justifier.	Exportez sans noms ni coordonnées, en décrivant les comptes par secteur, taille et ville, ou employez une offre professionnelle dont les échanges ne servent pas à l'entraînement.