bonbay ACADÉMIE

Glossaire du cours

Les mots du cours Prospecter avec l'IA, expliqués simplement, avec pour la plupart une situation de travail et, pour chacun, la leçon qui en parle.

Contenu mis à jour le 19 novembre 2026. Les noms des offres et les libellés des outils évoluent : vérifiez-les chez l'éditeur avant de vous y fier.

23 termes

A

Alignement

La correspondance entre le domaine affiché dans l'en-tête From d'un courriel et le domaine vérifié par SPF ou par DKIM. Sans alignement, DMARC échoue même si SPF ou DKIM passent.

Au travail. Un outil de séquence envoie au nom de la PME mais signe avec son propre domaine : DKIM passe, DMARC échoue.

Voir aussi : SPF, DKIM, DMARC.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

B

Bloctel

La liste d'opposition au démarchage téléphonique sur laquelle les consommateurs s'inscrivaient. Elle a pris fin le 11 août 2026, quand le consentement préalable du consommateur est devenu la règle.

Voir aussi : Consentement préalable.

Leçon 5 · Le démarchage téléphonique, Bloctel et le consentement préalable

C

Cible

Le secteur, la taille d'entreprise, la zone et la fonction que vous visez. Elle dit à qui écrire ; le compte idéal dit lequel choisir d'abord.

Au travail. Les promoteurs et les architectes de Gironde et des Landes, joints au niveau du gérant ou du directeur technique.

Voir aussi : Compte idéal.

Leçon 2 · Définir votre cible et votre compte idéal sur une page

Compte idéal

Trois à cinq critères observables, vérifiables dans une source publique, qui décrivent l'entreprise qui achète vite et reste cliente. Ils se tirent de vos meilleurs clients actuels.

Au travail. Un site agroalimentaire de 50 à 500 salariés, avec une offre d'emploi de technicien de maintenance ouverte depuis plus d'un mois.

Voir aussi : Cible, Signal.

Leçon 2 · Définir votre cible et votre compte idéal sur une page

Consentement préalable

L'accord libre, spécifique, éclairé et univoque d'une personne, donné par un acte positif avant tout envoi ou tout appel. Une case pré-cochée ou des conditions générales acceptées ne valent pas consentement.

Au travail. Pour appeler un particulier depuis le 11 août 2026, il faut son accord donné avant l'appel, valable un an au plus, et en garder la preuve trois ans.

Voir aussi : Intérêt légitime, Droit d'opposition.

Leçon 4 · Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C

D

Désinscription en un clic

Le mécanisme qui désabonne le destinataire sans page à remplir, grâce aux en-têtes List-Unsubscribe et List-Unsubscribe-Post. Gmail l'exige des expéditeurs en nombre pour les messages commerciaux, avec un lien visible dans le corps du message.

Voir aussi : Expéditeur en nombre.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

DKIM

Une signature chiffrée ajoutée à chaque courriel, vérifiable par une clé publiée dans le DNS du domaine. Elle prouve que le message vient bien de ce domaine et n'a pas été modifié en chemin.

Voir aussi : SPF, DMARC, Alignement.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

DMARC

Un enregistrement DNS qui dit aux messageries quoi faire d'un message dont SPF et DKIM n'ont pas validé le domaine affiché : rien (p=none), le mettre en indésirable (quarantine) ou le refuser (reject). Il permet aussi de recevoir des rapports.

Au travail. Un bureau d'études commence par p=none avec des rapports, puis passe à quarantine après un mois sans anomalie.

Voir aussi : SPF, DKIM, Alignement.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

Droit d'opposition

Le droit de refuser la prospection, à tout moment, sans motif et sans frais (article 21 du RGPD). Chaque message doit offrir un moyen simple de l'exercer, et un refus se respecte aussitôt, sur tous les canaux.

Voir aussi : Liste d'opposition interne.

Leçon 4 · Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C

E

Enrichissement

L'ajout à un contact d'une adresse de courriel ou d'un numéro trouvés par un outil tiers. La donnée reste personnelle, sa source doit pouvoir être dite à la personne, et l'outil doit l'avoir obtenue licitement.

Au travail. La CNIL a sanctionné en 2024 une extension qui récupérait des coordonnées que les membres de LinkedIn avaient masquées.

Leçon 6 · Fichiers achetés, outils d'enrichissement et information des personnes

Expéditeur en nombre

Pour Gmail, un domaine qui a envoyé plus de 5 000 messages en 24 heures vers des comptes Gmail personnels. Il doit respecter des exigences plus strictes, et ce statut n'expire pas.

Voir aussi : Désinscription en un clic, Taux de plainte.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

F

Fiche compte

La page de huit cases qui prépare un compte avant tout contact : le compte, pourquoi lui, le signal, l'interlocuteur, les faits vérifiés, l'angle, le canal permis, l'historique.

Voir aussi : Signal.

Leçon 2 · Définir votre cible et votre compte idéal sur une page

I

InMail

Un message LinkedIn envoyé à une personne qui ne fait pas partie de vos relations. Les offres Sales Navigator en comptent 50 par mois au relevé du 19/11/2026.

Voir aussi : Sales Navigator.

Leçon 10 · Prospecter sur LinkedIn dans les règles, sans outil qui agit à votre place

Intérêt légitime

La base légale qui permet d'écrire à un professionnel sans son accord préalable, si l'objet du message est lié à sa fonction, s'il a été informé et s'il peut s'opposer simplement.

Au travail. Proposer un audit de maintenance au responsable maintenance d'une usine, sur son adresse professionnelle.

Voir aussi : Consentement préalable, Droit d'opposition.

Leçon 4 · Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C

L

Liste d'opposition interne

La liste des personnes qui ont refusé vos messages ou vos appels, tenue dans le CRM et consultée avant chaque envoi. Une personne qui y figure ne reçoit plus rien, quel que soit le canal.

Voir aussi : Droit d'opposition.

Leçon 13 · Suivre vos comptes dans un CRM, de la cible au premier rendez-vous

P

Pipeline

Les étapes par lesquelles passe un compte, de « à qualifier » à « rendez-vous obtenu », avec « en sommeil » et « opposition » pour ceux qui sortent.

Leçon 13 · Suivre vos comptes dans un CRM, de la cible au premier rendez-vous

Produits analogues

L'exception qui permet d'écrire par courriel à un client particulier, sans nouveau consentement, pour des produits ou services proches de ceux qu'il a achetés à la même entreprise. Elle suppose une vente réelle et un refus offert à chaque message.

Leçon 4 · Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C

Prospection directe

Tout message envoyé pour promouvoir, directement ou non, des biens, des services ou l'image de celui qui les vend. C'est l'objet de l'article L34-5 du code des postes et des communications électroniques.

Leçon 4 · Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C

S

Sales Navigator

L'offre payante de LinkedIn pour la prospection : filtres de recherche avancés, listes de comptes et de prospects, alertes et InMail. Au relevé du 19/11/2026, l'offre Core coûte environ 121 € par mois en paiement mensuel.

Voir aussi : InMail.

Leçon 10 · Prospecter sur LinkedIn dans les règles, sans outil qui agit à votre place

Séquence

La suite de touches prévue à l'avance pour un compte, chacune utile seule. Dans ce cours, quatre au plus en quatre semaines, et la moindre réponse, même négative, la ferme.

Leçon 9 · Une séquence de relances raisonnable, et le moment de s'arrêter

Signal

Un fait récent et sourcé qui rend le contact opportun maintenant : un recrutement, un nouveau site, un appel d'offres, un changement de dirigeant.

Au travail. Une offre d'emploi de technicien de maintenance publiée il y a six semaines et toujours en ligne.

Voir aussi : Fiche compte.

Leçon 7 · Préparer un compte et un interlocuteur en dix minutes, sans inventer un seul fait

SPF

Un enregistrement DNS qui liste les serveurs autorisés à envoyer des courriels au nom d'un domaine. Un serveur absent de la liste fait échouer le contrôle.

Voir aussi : DKIM, DMARC.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic

T

Taux de plainte

La part de vos messages que les destinataires signalent comme indésirables. Gmail et Yahoo demandent de rester sous 0,3 % ; Gmail recommande de viser moins de 0,1 %.

Voir aussi : Expéditeur en nombre.

Leçon 12 · Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic