bonbay ACADÉMIE

Recueil d’exemples pratiques

Prospecter avec l'IA, sans spammer

Des situations de PME racontées de bout en bout : qui prospecte quel compte, la demande telle qu’elle a été écrite, la réponse type à attendre, ce qui a été corrigé, puis vérifié avant l’envoi. Les entreprises sont décrites par leur secteur, leur taille et leur ville ; les métiers, les outils et les ordres de grandeur sont ceux du terrain. Les demandes se retrouvent dans la bibliothèque de demandes, prêtes à recopier.

45
exemples

15
leçons

94
échanges avec l’IA

Contenu mis à jour le 19 novembre 2026.

Sommaire

Module 1 Cibler avant d'écrire

1 Prospecter en 2026, ce qui ne marche plus et la méthode du cours · Claire se fait interroger sur son offre avant d'écrire à des promoteurs · Thomas dissèque un message reçu, puis le sien · Julien compare un trimestre de volume et un mois de préparation

2 Définir votre cible et votre compte idéal sur une page · Thomas passe de « les industriels de la région » à trois critères · Sophie écrit sa fiche cible et sa liste d'exclusions · Claire repère qui décide chez un promoteur, un architecte et un bailleur

3 Trouver et qualifier des comptes avec des sources licites · Julien tire 25 comptes de 300 lignes · Thomas qualifie une usine des Landes en cinq minutes · Claire repère les architectes qui cherchent un bureau d'études

Module 2 Les règles avant le premier envoi

4 Le droit de la prospection par courriel et par SMS, en B2B et en B2C · Claire écrit aux architectes et renonce aux SMS du lotissement · Marc écrit à ses clients particuliers dans les règles · Julien traite un refus et une demande d'origine

5 Le démarchage téléphonique, Bloctel et le consentement préalable · Claire renonce aux appels du lotissement et organise les rappels · Thomas appelle des responsables maintenance · Julien nettoie une liste d'appels issue d'un salon

6 Fichiers achetés, outils d'enrichissement et information des personnes · Sophie teste une extension, puis la retire · Une imprimerie de Bègles renonce à un fichier de futurs mariés · Un cabinet comptable de Libourne répond à « d'où tenez-vous mon adresse ? »

Module 3 Préparer et écrire

7 Préparer un compte et un interlocuteur en dix minutes, sans inventer un seul fait · Thomas prépare un site agroalimentaire des Landes · Julien prépare une association d'aide à domicile d'Agen · Un menuisier de Pessac prépare un cabinet d'architectes

8 Écrire un premier message court et réellement personnalisé · Thomas ramène 220 mots à 92 · Claire écrit au directeur technique d'un promoteur · Sophie écrit au gérant d'une PME de transport

9 Une séquence de relances raisonnable, et le moment de s'arrêter · La séquence de Sophie vers une PME de transport · Julien, une absence puis une redirection · Une imprimerie de Bègles reçoit une opposition

Module 4 Les canaux

10 Prospecter sur LinkedIn dans les règles, sans outil qui agit à votre place · Sophie renonce à l'automatisation et teste Sales Navigator · Thomas prépare un appel par trois gestes sur LinkedIn · Une expert-comptable de Libourne réécrit son profil

11 Préparer et mener un appel de prospection de dix minutes · Thomas et la conserverie des Landes · Claire, un promoteur de Bordeaux Bastide, et les appels qu'elle ne passe pas · Nathalie, l'accueil d'une cave coopérative et un refus bien noté

12 Faire arriver vos courriels, domaine, SPF, DKIM, DMARC et désinscription en un clic · Julien prépare le sous-domaine de son outil de séquence · Sophie vérifie sa boîte Microsoft 365 · Hélène, une invitation à 320 clients et une plainte de trop

Module 5 Suivre, mesurer, s'évaluer

13 Suivre vos comptes dans un CRM, de la cible au premier rendez-vous · Julien passe de son tableur au CRM gratuit de HubSpot · La revue du lundi de Thomas · La purge annuelle d'un menuisier de Pessac

14 Mesurer ce qui marche et ajuster votre prospection chaque mois · Thomas refait son tableau de bord · Claire arrête un segment après deux mois · Nathalie et le piège des petits volumes

15 Votre plan sur 30 jours et l'évaluation finale · Le plan de Claire, bureau d'études à Mérignac · Le plan de Thomas, maintenance industrielle à Bassens · Le plan de Julien, éditeur de logiciel à Pessac

Leçon 1 · 3 exemples

Prospecter en 2026, ce qui ne marche plus et la méthode du cours

Exemple 1.1

Claire se fait interroger sur son offre avant d'écrire à des promoteurs

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, veut écrire à des promoteurs de Gironde. Elle se rend compte qu'elle ne sait pas dire en deux phrases pourquoi un promoteur changerait de bureau d'études. Elle se fait interroger avant d'écrire la moindre ligne.

De l'interrogatoire aux deux phrases

1. **Dix questions** — Une à la fois, posées par un acheteur exigeant.
2. **Réponses précisées** — Chaque « réactif » remplacé par un délai.
3. **Synthèse corrigée** — Cinq lignes relues contre les dossiers.
4. **Deux phrases** — Dites en 17 secondes, sans adjectif.

Échange 1 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu es directeur technique d'un promoteur immobilier de 30 personnes à Bordeaux, qui
construit des immeubles de 20 à 60 logements.
Je dirige un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac et je
m'apprête à prospecter des promoteurs comme toi.
Pose-moi dix questions, une à la fois, celles que tu poserais avant d'accepter un
rendez-vous. Attends ma réponse avant la suivante. Si une réponse est vague, dis-le et
demande un exemple.
```

RÉPONSE TYPE

Question 1 : sur nos opérations de logements collectifs, qu'est-ce que votre bureau d'études ferait mieux que celui avec qui nous travaillons depuis des années ? Soyez précise : un délai, un incident évité, un coût.

> **Ce qui en a été fait.** Claire répond « nous sommes réactifs ». L'IA lui renvoie : « Réactifs, c'est-à-dire ? En combien de jours rendez-vous les notes de calcul de la phase permis ? » C'est exactement la question qu'elle n'avait jamais formulée.

Échange 2 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Nous avons fini les dix questions. Rédige en cinq lignes ce que tu as compris de mon offre, puis liste les questions auxquelles je n'ai pas su répondre.
```

RÉPONSE TYPE

Ce que j'ai compris de votre offre

1. Vous réalisez les études fluides et thermiques des logements collectifs et des petits bâtiments tertiaires, de l'esquisse au chantier.
2. Vous rendez les notes de calcul de la phase permis en trois semaines.
3. Votre preuve : neuf opérations de 20 à 60 logements livrées en Gironde depuis 2022, dont quatre pour des bailleurs sociaux.
4. Votre prix est dans la moyenne de la région ; vous ne vous distinguez pas par lui.
5. Un ingénieur se déplace sur le chantier sous 48 heures en cas de problème.

Questions sans réponse claire : que se passe-t-il quand votre ingénieur référent est absent ? Pouvez-vous citer un client prêt à être appelé ?

> **Ce qui en a été fait.** Claire corrige le point 2 : trois semaines pour les opérations de moins de 40 logements, quatre au-delà. Elle prépare une réponse aux deux questions restées ouvertes et demande à un client bailleur s'il accepte d'être cité.

Échange 3 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Transforme ces cinq lignes corrigées en deux phrases que je peux dire au téléphone en moins de vingt secondes, sans aucun adjectif flatteur.
```

RÉPONSE TYPE

Nous faisons les études fluides et thermiques des logements collectifs, et nous rendons les notes de la phase permis en trois semaines pour les opérations de moins de 40 logements. Nous avons livré neuf opérations en Gironde depuis 2022, et un ingénieur vient sur votre chantier sous 48 heures quand il le faut.

> **Ce qui en a été fait.** Lu à voix haute : 17 secondes. Ces deux phrases deviennent la base de tous ses premiers messages.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque chiffre relu dans ses dossiers : neuf opérations, délais réels par taille d'opération.
- Aucun client cité sans son accord écrit.
- Les deux phrases lues à voix haute en moins de vingt secondes, le test du téléphone.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure d'échange, au lieu de plusieurs semaines de messages qui ne disaient pas pourquoi changer de bureau d'études.

Exemple 1.2

Thomas dissèque un message reçu, puis le sien

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, reçoit le message d'un éditeur de logiciel. Il le trouve creux, puis s'aperçoit que son propre modèle de courriel lui ressemble. Il soumet les deux à la même analyse.

Le modèle de Thomas, avant et après

Avant

- Parle de l'entreprise depuis 1998
- « Les plus grands sites », sans preuve
- Rendez-vous demandé d'emblée
- Aucun moyen de refuser

Après

- Ouvre sur l'offre d'emploi du site visé
- Un nombre de sites vérifié
- Une question simple pour finir
- Une phrase de refus

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici un message de prospection que j'ai reçu, recopié sans les coordonnées de
l'expéditeur :
« Bonjour Thomas, j'ai été très impressionné par votre parcours et par le dynamisme de
{{entreprise}}. Nous aidons les entreprises comme la vôtre à gagner 30 % de
productivité grâce à notre plateforme. Auriez-vous 30 minutes cette semaine pour un
échange ? Bien à vous. »
Liste les signes qui montrent qu'il a été envoyé en nombre. Pour chaque signe, cite la
phrase en cause et explique en une ligne ce qu'elle trahit. Termine par le seul fait
vérifiable sur mon entreprise que contient le message, ou écris « aucun ».
```

RÉPONSE TYPE

1. « Très impressionné par votre parcours » : compliment qui conviendrait à n'importe quel destinataire.
2. « {{entreprise}} » : champ de fusion non rempli, preuve d'un envoi automatique.
3. « Les entreprises comme la vôtre » : aucune précision sur votre secteur ou votre taille.
4. « 30 % de productivité » : chiffre sans source ni contexte.
5. « 30 minutes cette semaine » : demande lourde avant toute raison de répondre.
6. Aucun moyen de refuser les prochains messages.

Fait vérifiable sur votre entreprise : aucun.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici maintenant mon propre modèle de premier courriel :
« Bonjour [Prénom], spécialiste de la maintenance industrielle depuis 1998, notre
entreprise accompagne les plus grands sites de la région. Nous serions ravis de vous
présenter nos services lors d'un rendez-vous. Cordialement, Thomas. »
Applique exactement la même analyse.
```

RÉPONSE TYPE

1. « Depuis 1998 » et « les plus grands sites » : le message parle de vous, pas du destinataire.
2. « Les plus grands sites de la région » : affirmation invérifiable, sans exemple.
3. Aucun fait sur le site du destinataire : le message garde son sens si vous changez de prospect.
4. « Lors d'un rendez-vous » : demande lourde d'emblée.
5. Aucun moyen de refuser.

Fait vérifiable sur le destinataire : aucun.

Ce qui en a été fait. Thomas supprime la phrase sur 1998, remplace « les plus grands sites » par le nombre de sites agroalimentaires qu'il entretient en Gironde, et ouvre désormais sur un signal : l'offre d'emploi de technicien de maintenance publiée par le site visé.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque signe relevé par l'IA rattaché à une phrase réelle du message, aucun signe ajouté.
- Son nouveau modèle passe le test du message transféré : il perd son sens si le nom du site change.
- Le nombre de sites entretenus vérifié dans le logiciel de planification de l'entreprise.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt minutes pour comprendre pourquoi son modèle ne recevait presque aucune réponse depuis six mois.

Exemple 1.3

Julien compare un trimestre de volume et un mois de préparation

Julien, commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac, a envoyé au trimestre précédent 1 800 courriels à une liste achetée, avec un outil de séquence. Ce mois-ci, il a préparé 20 comptes par semaine pendant quatre semaines. Il veut comparer les deux périodes sans se raconter d'histoire.

Du volume à la préparation

Trimestre précé…	Semaine 1	Semaines 2 et 3	Semaine 4	Mois suivants
1 800 messages	**20 comptes préparés**	**40 comptes de plus**	**80 comptes au total**	**Méthode prolongée**
11 réponses, 2 rendez-vous.	Fiches remplies, messages signés.	Relances relues, refus notés.	14 réponses, 4 rendez-vous.	Avant de fixer un objectif.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici les chiffres de mes deux périodes de prospection, sans aucun nom :
Période A (trimestre précédent, liste achetée) : 1 800 premiers messages, 11 réponses, 2 rendez-vous, 37 désinscriptions ou demandes de retrait.
Période B (quatre semaines, comptes préparés) : 80 premiers messages, 14 réponses, 4 rendez-vous, 3 demandes de ne plus être contacté.
Calcule pour chaque période le taux de réponse, le taux de rendez-vous et le nombre de refus pour 100 messages, en montrant chaque calcul. Ne tire aucune conclusion au-delà de ces chiffres.
```

RÉPONSE TYPE

Période A

- Taux de réponse : 11 ÷ 1 800 = 0,61 %
- Taux de rendez-vous : 2 ÷ 1 800 = 0,11 %
- Refus pour 100 messages : 37 ÷ 1 800 × 100 = 2,1

Période B

- Taux de réponse : 14 ÷ 80 = 17,5 %
- Taux de rendez-vous : 4 ÷ 80 = 5 %
- Refus pour 100 messages : 3 ÷ 80 × 100 = 3,75

> **Ce qui en a été fait.** Julien refait les calculs dans son tableur : ils sont justes. Il remarque que les refus sont proportionnellement plus nombreux en B, parce que les gens répondent, y compris pour dire non.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
En trois phrases, dis ce que je peux conclure de ces chiffres et ce que je ne peux pas conclure avec seulement 80 comptes.
```

RÉPONSE TYPE

Avec 4 rendez-vous pour 80 messages contre 2 pour 1 800, la préparation a produit plus de rendez-vous avec 22 fois moins d'envois. Sur 80 comptes, un écart de un ou deux rendez-vous change beaucoup les taux : la période B doit être prolongée avant de fixer un objectif. Les deux périodes ne portent pas sur la même saison ni sur les mêmes comptes, ce qui limite la comparaison.

> **Ce qui en a été fait.** Julien garde ces trois phrases dans son compte rendu mensuel et prolonge la méthode deux mois avant de fixer un objectif chiffré.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Calculs refaits dans le tableur, pas recopiés de la réponse.
- Aucun nom de contact transmis à l'IA, seulement des totaux.
- Limites écrites noir sur blanc : petit échantillon, saisons différentes.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quinze minutes pour remplacer une impression par des chiffres, et une décision défendable devant son directeur.

Leçon 2 · 3 exemples

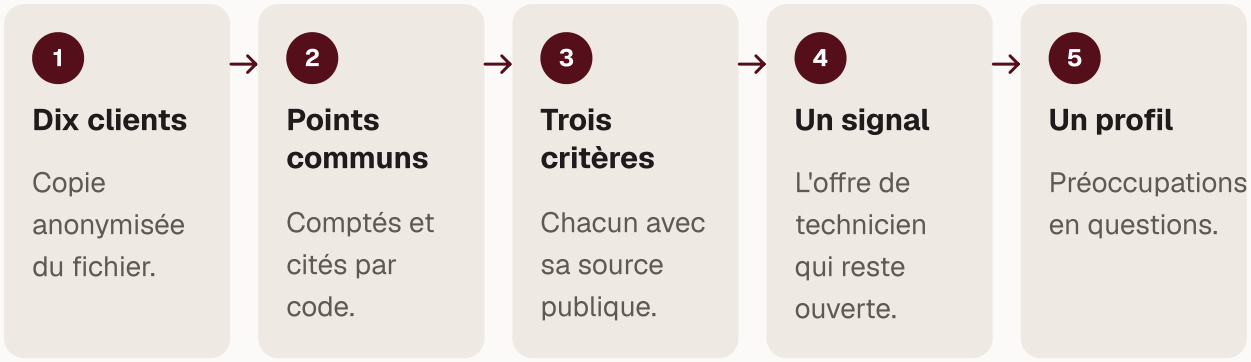
Définir votre cible et votre compte idéal sur une page

Exemple 2.1

Thomas passe de « les industriels de la région » à trois critères

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, doit présenter sa cible à son directeur. Il anonymise ses dix meilleurs clients dans une copie du fichier, puis fait chercher les points communs.

Du portefeuille aux critères



Échange 1 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici mes dix meilleurs clients, anonymisés (code · secteur · effectif · département ·
prestations · premier achat · déclencheur) :
C01 · agroalimentaire · 140 · Gironde · maintenance préventive · 2019 · audit après une
panne de compresseur
C02 · chimie · 230 · Gironde · dépannage puis contrat · 2020 · arrêt de ligne
C03 · agroalimentaire · 90 · Landes · dépannage puis contrat · 2021 · arrêt de ligne
C04 · logistique · 60 · Gironde · maintenance des quais · 2018 · appel d'offres
C05 · agroalimentaire · 310 · Lot-et-Garonne · dépannage · 2022 · arrêt de ligne
C06 · chimie · 120 · Charente-Maritime · contrat · 2019 · départ du technicien interne
C07 · agroalimentaire · 75 · Gironde · dépannage puis contrat · 2023 · arrêt de ligne
C08 · agroalimentaire · 180 · Dordogne · dépannage · 2021 · arrêt de ligne
C09 · papeterie · 450 · Landes · contrat · 2017 · appel d'offres
C10 · chimie · 55 · Gironde · dépannage puis contrat · 2024 · arrêt de ligne
Dégage les points communs à au moins six clients, avec leurs codes. Sépare
caractéristiques et déclencheurs. N'invente rien.
```

RÉPONSE TYPE

Caractéristiques

- Agroalimentaire ou chimie : 8 sur 10 (C01, C02, C03, C05, C06, C07, C08, C10).
- 50 à 250 salariés : 8 sur 10 (C01, C02, C03, C04, C06, C07, C08, C10).
- Nouvelle-Aquitaine : 10 sur 10.

Déclencheurs

- Arrêt de ligne juste avant le premier achat : 6 sur 10 (C02, C03, C05, C07, C08, C10).

À confirmer

- Premier achat en dépannage, puis contrat : 5 sur 10 (C02, C03, C07, C10, et C05 en dépannage seul).

Ce qui en a été fait. Thomas recompte : C05 n'a pas signé de contrat, la ligne « à confirmer » est juste. Il remarque aussi que C06 a acheté après le départ de son technicien interne, ce qui rejoint le signal de l'offre d'emploi.

Échange 2 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Transforme ces points communs en trois critères de compte idéal, chacun vérifiable dans une source publique que tu nommes, et en un signal à guetter. Pas de nom d'entreprise.
```

RÉPONSE TYPE

Critère 1 : activité agroalimentaire ou chimique (code d'activité, Annuaire des Entreprises).

Critère 2 : site de production de 50 à 500 salariés (tranche d'effectif de l'établissement, Annuaire des Entreprises).

Critère 3 : établissement situé en Nouvelle-Aquitaine (adresse de l'établissement, Annuaire des Entreprises).

Signal : une offre d'emploi de technicien de maintenance ouverte depuis plus d'un mois (site carrière, sites d'offres d'emploi), signe d'un poste difficile à pourvoir et d'une équipe sous tension.

Ce qui en a été fait. Thomas élargit la taille à 500 salariés, comme son entreprise le souhaite, et garde l'arrêt de ligne comme angle de message plutôt que comme critère, puisqu'il ne se voit pas de l'extérieur.

Échange 3 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Écris le profil d'un responsable maintenance de site agroalimentaire de 50 à 500 salariés : responsabilités, indicateurs, préoccupations probables en questions, ce qui le ferait répondre, ce qui le ferait supprimer le message. Aucune statistique.
```

RÉPONSE TYPE

Responsabilités : disponibilité des lignes, maintenance préventive et curative, équipe de techniciens, budget des pièces et des sous-traitants.

Indicateurs : taux de disponibilité, nombre d'arrêts non planifiés, respect du budget.

Préoccupations probables : les arrêts non planifiés pèsent-ils sur ses objectifs ? Son équipe suffit-elle pendant les pics de production ? Un poste de technicien vacant l'oblige-t-il à faire lui-même des interventions ?

Ce qui le ferait répondre : un message court qui parle de son site et propose une aide ponctuelle, sans engagement.

> Ce qui le ferait supprimer : une présentation générale de l'entreprise, un rendez-vous d'une heure demandé d'emblée.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Décomptes refaits à la main sur le tableau d'origine.
- Chaque critère testé sur trois clients existants dans l'Annuaire des Entreprises : la source donne bien l'information.
- Le profil relu par un technicien de l'équipe, qui barre une préoccupation jugée irréaliste.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure et demie pour une cible défendable devant le directeur, au lieu d'une liste de « tous les industriels » impossible à travailler.

Exemple 2.2

Sophie écrit sa fiche cible et sa liste d'exclusions

Sophie, associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux Chartrons, visait « les PME ». Ses rendez-vous de l'année montrent pourtant un profil net : des entreprises de 20 à 150 salariés sans DRH, qui recrutent beaucoup. Elle veut l'écrire et surtout savoir qui exclure.

La cible de Sophie, avant et après

Avant

- « Les PME »
- Aucune exclusion
- Aucun signal guetté
- Le dirigeant comme seul contact

Après

- 20 à 150 salariés sans DRH, Gironde
- Quatre exclusions vérifiables
- Cinq signaux, dont le seuil de 50
- Dirigeant, expert-comptable, responsable administrative

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je suis associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux. Ma cible :
dirigeants de PME de 20 à 150 salariés sans DRH, en Gironde.
Propose cinq critères d'exclusion qui feraient perdre du temps à mon cabinet, chacun
vérifiable dans une source publique que tu nommes. Puis propose quatre signaux qui
rendent le moment propice, avec la source où les repérer. Aucun nom d'entreprise.
```

RÉPONSE TYPE

Critères d'exclusion

1. Filiale d'un groupe doté d'une direction des ressources humaines (site, mentions légales).
2. Cabinet RH, agence d'intérim ou cabinet de recrutement (code d'activité, Annuaire des Entreprises).
3. Entreprise en procédure collective (annonces du BODACC).
4. Effectif inférieur à 20 salariés (tranche d'effectif, Annuaire des Entreprises).
5. Fonction RH dédiée visible dans l'équipe (page équipe du site, offres d'emploi signées par un responsable RH).

Signaux

1. Plusieurs offres d'emploi ouvertes en même temps (site carrière, sites d'offres).
2. Premier recrutement d'un encadrant intermédiaire (offre d'emploi).
3. Déménagement ou ouverture d'un établissement (annonces légales, Annuaire des Entreprises).
4. Changement de dirigeant ou rachat (annonces légales, presse régionale).

Ce qui en a été fait. Sophie retire l'exclusion 4, qui double sa cible, et ajoute « passage de 49 à 50 salariés » à ses signaux : à ce seuil, de nouvelles obligations sociales s'appliquent et ses clients l'appellent souvent à ce moment-là, ce qu'elle constate dans ses propres dossiers.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Écris le profil d'un dirigeant de PME de 60 salariés sans DRH, en cinq rubriques, ses préoccupations RH présentées comme des hypothèses en questions. Termine par trois questions que je peux poser au téléphone pour les vérifier.
```

RÉPONSE TYPE

Responsabilités : tout, dont les recrutements, les entretiens annuels et les relations avec les représentants du personnel.

Indicateurs : chiffre d'affaires, marge, postes pourvus à temps, départs évités.

Préoccupations probables : passe-t-il plus de temps qu'il ne voudrait sur les recrutements ? Les entretiens annuels sont-ils faits partout ? A-t-il un doute sur une obligation liée à son effectif ?

Ce qui le ferait répondre : une question précise sur un recrutement en cours, une aide ponctuelle.

Ce qui le ferait supprimer : un catalogue de prestations, un vocabulaire de cabinet.

Questions d'appel : 1. Qui s'occupe aujourd'hui de vos recrutements ? 2. Combien de postes avez-vous ouverts en ce moment ? 3. Qu'est-ce qui vous prend le plus de temps côté personnel ?

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque exclusion testée sur deux comptes connus : l'information se trouve bien dans la source nommée.
- Le signal du seuil de 50 salariés appuyé sur ses dossiers clients, pas sur la réponse de l'IA.
- Aucune préoccupation écrite comme un fait dans un futur message.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quarante-cinq minutes pour une fiche cible qui écarte d'emblée un compte sur trois de sa liste précédente.

Exemple 2.3

Claire repère qui décide chez un promoteur, un architecte et un bailleur

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, vise trois sortes de comptes : promoteurs, architectes et bailleurs sociaux de Gironde et des Landes. Elle se demande à qui écrire dans chacun.

À qui écrire, selon le compte

1 **Promoteur**
Responsable de programme, délais de la phase permis.

→ 2 **Architecte**
Architecte associé, disponibilité pour un concours.

→ 3 **Bailleur social**
Pas de message à froid : veille des consultations.

→ 4 **Fiche compte**
Case interlocuteur remplie par la fonction.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je dirige un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Pour
chacune de ces trois sortes de comptes : un promoteur immobilier de 30 personnes, une
agence d'architecture de 8 personnes, un bailleur social de 200 salariés, dis par leur
fonction qui décide du choix du bureau d'études, qui le prescrit et qui travaille au
quotidien avec lui. Présente ce que tu n'es pas sûr de savoir comme une hypothèse à
vérifier.
```

RÉPONSE TYPE

Promoteur de 30 personnes
- Décide : le directeur technique ou le directeur de programmes (hypothèse : le dirigeant valide les gros contrats).
- Prescrit : le responsable de programme qui monte l'opération.
- Travaille avec vous : le responsable de programme et le conducteur de travaux.

Agence d'architecture de 8 personnes
- Décide : l'architecte associé qui signe le dossier, souvent mandataire de l'équipe de maîtrise d'œuvre.
- Prescrit : le même, parfois sur recommandation du maître d'ouvrage.
- Travaille avec vous : le chef de projet de l'agence.

Bailleur social de 200 salariés
- Décide : la direction de la maîtrise d'ouvrage, dans le cadre de la commande publique (hypothèse : consultation ou appel d'offres selon le montant).
- Prescrit : le responsable d'opérations.

- Travaille avec vous : le responsable d'opérations et le service patrimoine.

Ce qui en a été fait. Claire confirme les rôles chez le promoteur et l'architecte, qu'elle connaît. Pour le bailleur, elle note que la commande passe par des consultations : elle le traitera par la veille des marchés, pas par un message à froid.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
À partir de ces rôles, propose pour chaque sorte de compte la fonction à qui adresser le premier message, et la préoccupation probable à en faire le sujet, formulée en question.
```

RÉPONSE TYPE

Promoteur : le responsable de programme. Question : les délais d'études de la phase permis retardent-ils le dépôt de vos dossiers ?

Architecte : l'architecte associé. Question : avez-vous un bureau d'études fluides disponible pour une candidature de concours à rendre dans un mois ?

Bailleur social : pas de message à froid ; veille des consultations et dépôt d'une candidature.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Rôles chez le promoteur et l'architecte vérifiés sur ses propres dossiers d'opérations.
- Fonctionnement du bailleur relu sur ses deux dernières consultations remportées.
- Aucune fonction attribuée à une personne réelle sans l'avoir lue sur un site ou un document.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : trente minutes pour éviter des mois de messages adressés à la mauvaise personne, et un canal entier, celui des bailleurs, traité autrement.

Leçon 3 · 3 exemples

Trouver et qualifier des comptes avec des sources licites

Exemple 3.1

Julien tire 25 comptes de 300 lignes

Julien, commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac, a exporté 300 lignes de Gironde. Il veut 25 comptes qualifiés pour ses deux semaines suivantes, sans passer dix minutes sur chacun des 300.

La semaine de Julien

Lundi
Filtre 1
300 lignes ramenées à 110 dans l'export.

Mardi et mercredi
Filtre 2
Sites lus, 55 comptes restants.

Jeudi
Filtre 3
Signaux datés, 25 comptes retenus.

Vendredi
Rangement
30 comptes « à surveiller », relus lundi.

Échange 1 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je vends un logiciel de planification aux services d'aide à domicile. Mes critères :
aide aux personnes âgées ou handicapées en prestataire ; 20 salariés et plus ; au moins
deux antennes ou plusieurs communes couvertes. Exclusions : procédure collective,
réseau national qui impose ses logiciels.
Propose l'ordre de trois filtres, du plus rapide au plus long, pour réduire une liste
de 300 structures, avec pour chacun la source à consulter et le temps à prévoir par
ligne. Aucun nom de structure.
```

RÉPONSE TYPE

Filtre 1, une minute par ligne au plus : Annuaire des Entreprises. Tranche d'effectif de 20 salariés et plus, structure en activité, aucune procédure collective dans les annonces.

Filtre 2, deux minutes par compte restant : site de la structure. Public aidé et mode prestataire (page des services), antennes ou communes couvertes (page des agences ou du secteur), appartenance à un réseau (page de présentation).

Filtre 3, une à deux minutes par compte restant : offres d'emploi et actualités. Offre d'auxiliaire de vie ouverte depuis plus d'un mois, nouvelle direction, antenne ouverte dans l'année.

Ce qui en a été fait. Julien fait le filtre 1 directement dans son export, où la tranche d'effectif figure déjà : il passe de 300 à 110 lignes en quarante minutes.

Échange 2 sur 3

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Résume les pages publiques de [raison sociale d'une association d'aide à domicile],
[code d'activité], [commune de Gironde] : activité et public aidé, antennes,
recrutements en cours, actualité des douze derniers mois. Tableau : rubrique, phrase
citée, adresse complète, date. « Non trouvé » si absent. Aucune coordonnée de personne.
```

RÉPONSE TYPE

Rubrique	Phrase citée	Adresse	Date
Activité	« Accompagnement à domicile des personnes âgées et des personnes handicapées, 7 jours sur 7 »	[site]/nos-services	non datée
Antennes	« Trois antennes : [commune A], [commune B], [commune C] »	[site]/nous-trouver	non datée
Recrutements	« Auxiliaire de vie sociale, CDI, secteur [commune B] »	[site]/recrutement	30/09/2026
Actualité	non trouvé		

Ce qui en a été fait. Julien ouvre les trois adresses : les deux premières sont exactes, l'offre d'emploi a été mise à jour le 12/11 avec deux postes au lieu d'un. Il corrige la ligne et garde le compte.

Échange 3 sur 3

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Note ce compte sur mes trois critères à partir des extraits vérifiés ci-dessous, en
citant le passage pour chaque note, puis donne le signal le plus récent avec sa date :
[collez les trois lignes vérifiées et la tranche d'effectif lue dans l'Annuaire].
```

RÉPONSE TYPE

Critère 1 : 1. « personnes âgées et personnes handicapées » ([site]/nos-services).

Critère 2 : 1. Tranche 50 à 99 salariés (2024), Annuaire des Entreprises.

Critère 3 : 1. « Trois antennes » ([site]/nous-trouver).

Total : 3 sur 3.

Signal : offre d'auxiliaire de vie sociale publiée le 30/09/2026 et mise à jour le 12/11/2026 avec deux postes.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque adresse citée par l'IA ouverte avant de garder la ligne ; une offre mise à jour corrigée.
- Tranche d'effectif prise dans l'Annuaire, avec son année, pas dans la réponse de l'IA.
- Aucun nom ni aucune coordonnée de personne demandés à l'IA à ce stade.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : sept heures sur la semaine pour 25 comptes qualifiés et sourcés, au lieu de trois jours de recherches au hasard ou d'un envoi aux 300.

Exemple 3.2

Thomas qualifie une usine des Landes en cinq minutes

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, a repéré une offre de technicien de maintenance publiée par une conserverie de taille moyenne dans les Landes. Il veut savoir en cinq minutes si elle mérite une fiche complète.

Les cinq minutes de Thomas

Minute 1	Minutes 2 et 3	Minute 4	Minute 5
Annuaire	**L'offre d'emploi**	**Annonces**	**Décision**
Code 10.39A, Landes, 100 à 199 salariés.	Quatre points cités, date relevée.	Aucune procédure, aucune exclusion.	À préparer cette semaine.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici le texte d'une offre d'emploi publiée par une conserverie des Landes, sans nom de personne : [collez le texte de l'offre].
Dis en quatre points au plus ce qu'elle révèle de l'organisation de la maintenance du site, en citant chaque fois la phrase de l'offre. Puis indique la date de publication si elle figure. N'ajoute rien qui ne soit pas écrit.
```

RÉPONSE TYPE

1. « Au sein d'une équipe de 4 techniciens » : petite équipe interne de maintenance.
2. « Travail en 2 × 8 avec astreintes un week-end sur trois » : production étendue, interventions en dehors des heures normales.
3. « Lignes d'autoclaves et de sertissage » : équipements critiques pour la production.
4. « Poste à pourvoir dès que possible » : besoin pressant.

Date de publication : 08/10/2026.

> **Ce qui en a été fait.** Thomas vérifie la date sur le site d'offres : l'annonce est toujours en ligne six semaines après sa publication. Le signal est daté.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Voici mes critères : agroalimentaire ou chimie ; site de 50 à 500 salariés ; en
Nouvelle-Aquitaine. Voici ce que j'ai lu dans l'Annuaire des Entreprises : code
d'activité 10.39A, établissement des Landes, tranche 100 à 199 salariés (2024). Note
chaque critère (1, 0 ou ?) en citant l'information, et dis si le compte entre dans la
liste de la semaine compte tenu du signal ci-dessus.
```

RÉPONSE TYPE

Agroalimentaire : 1 (code 10.39A, transformation et conservation de légumes).
Taille : 1 (tranche 100 à 199 salariés, 2024).
Zone : 1 (établissement des Landes).
Signal : offre de technicien publiée le 08/10/2026, toujours ouverte.
Conclusion : bon compte, bon moment, il entre dans la liste de la semaine.

> **Ce qui en a été fait.** Thomas contrôle le libellé du code 10.39A sur la fiche de l'Annuaire avant de l'écrire : il correspond. Il ouvre la fiche compte et passe à la préparation.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Date de l'offre et maintien en ligne vérifiés sur le site d'offres.
- Code et libellé d'activité lus sur la fiche de l'Annuaire, pas déduits.
- Aucune hypothèse sur l'usine présentée comme un fait : les quatre points sont des citations.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : cinq minutes pour décider, et une fiche commencée avec un signal solide au lieu d'un appel à froid.

Exemple 3.3

Claire repère les architectes qui cherchent un bureau d'études

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, attendait que les architectes l'appellent. Elle décide de lire chaque lundi les avis de marché de maîtrise d'œuvre publiés au BOAMP pour la Gironde et les Landes : une agence qui candidate doit former son équipe, bureau d'études compris.

Attendre ou lire les avis

Avant

- Attendre l'appel d'un architecte
- Apprendre le concours après la date limite
- Écrire « à tout hasard »

Après

- Lecture des avis chaque lundi
- Quatre semaines d'avance sur la date limite
- Un message sur une opération précise

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici un avis de marché recopié du BOAMP, sans nom de personne : [collez l'avis :
acheteur, objet, procédure, compétences exigées de l'équipe, date limite de remise des
candidatures].
Résume-le en cinq lignes : l'opération, l'acheteur, la procédure, les compétences
exigées de l'équipe de maîtrise d'œuvre, la date limite. Cite la phrase de l'avis pour
les compétences et la date.
```

RÉPONSE TYPE

Opération : réhabilitation thermique d'un groupe scolaire de 12 classes.

Acheteur : une commune de Gironde de 15 000 habitants.

Procédure : concours restreint, trois équipes admises à concourir.

Compétences : « équipe pluridisciplinaire comprenant obligatoirement un architecte mandataire et un bureau d'études fluides et thermique ».

Date limite des candidatures : « 12 décembre 2026 à 12 h ».

Ce qui en a été fait. Claire vérifie l'avis sur le BOAMP : la date et les compétences sont exactes. L'opération entre dans son savoir-faire.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je dirige un bureau d'études fluides et thermique. Propose trois critères pour choisir
les agences d'architecture de Gironde à qui proposer de candidater ensemble sur ce
concours, chacun vérifiable sur une source publique que tu nommes. Aucun nom d'agence.
```

RÉPONSE TYPE

1. Références de bâtiments scolaires ou d'équipements publics sur le site de l'agence (page références).
2. Agence implantée en Gironde, de 3 à 15 personnes (Annuaire des Entreprises et page équipe), assez grande pour un concours, trop petite pour avoir un bureau d'études intégré.

3. Candidatures ou attributions récentes de marchés publics de maîtrise d'œuvre (avis d'attribution du BOAMP).

Ce qui en a été fait. Claire trouve six agences qui cochent les trois critères et écrit à quatre d'entre elles dans la semaine, quatre semaines avant la date limite.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Avis relu sur le BOAMP, date limite et compétences exigées comprises.
- Chaque agence retenue vérifiée sur son site et dans l'Annuaire.
- Aucune coordonnée devinée : le courriel de l'associé est celui publié sur le site de l'agence.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : trente minutes de veille le lundi, et des messages qui arrivent au moment exact où une agence cherche un partenaire.

Leçon 4 · 3 exemples

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

Exemple 4.1

Claire écrit aux architectes et renonce aux SMS du lotissement

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, prépare deux actions : un courriel à l'associé d'une agence d'architecture de Bordeaux qui candidate à un concours, et un SMS aux propriétaires d'un lotissement de Mérignac pour des audits énergétiques. Elle passe les deux au crible avant d'écrire.

Ce que Claire envoie, ce qu'elle abandonne

Abandonné

- SMS aux propriétaires du lotissement
- Numéros pris sur des annonces de vente
- Aucun consentement

Envoyé

- Courriel à l'architecte associé
- Adresse publiée par l'agence
- Identité, objet précis, phrase de refus

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je dirige un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Deux
envois envisagés, sans nom :
A. Courriel à l'architecte associé d'une agence de 6 personnes à Bordeaux, adresse
prénom.nom publiée sur le site de l'agence ; sujet : former une équipe pour un concours
de réhabilitation d'école.
B. SMS à des propriétaires d'un lotissement de Mérignac, numéros relevés sur des
annonces de vente ; sujet : audit énergétique de leur maison.
Pour chacun, dis s'il est permis selon l'article L34-5 du CPCE et la doctrine de la
CNIL, à quelle condition, et classe-le en vert, orange ou rouge. Pas de conseil
juridique personnalisé.
```

RÉPONSE TYPE

A. Vert. Le destinataire est un professionnel, l'objet touche directement sa profession : la prospection peut reposer sur l'intérêt légitime. Conditions : l'informer de l'usage de son adresse, lui offrir un moyen simple de

refuser, indiquer clairement qui vous êtes.

B. Rouge. Les destinataires sont des particuliers : un SMS de prospection exige leur consentement préalable, qu'ils n'ont pas donné. Des numéros relevés sur des annonces de vente n'ont pas été publiés pour cela.

Ce qui en a été fait. Claire renonce au SMS. Elle note aussi que des appels à ces propriétaires seraient exclus pour d'autres raisons, vues dans la leçon sur le démarchage téléphonique.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Voici mon courriel à l'architecte associé. Vérifie l'identité de l'émetteur, le moyen
de refuser et le rapport entre l'objet et le contenu, en citant les phrases, puis
propose la phrase de refus la plus courte :
« Objet : Concours de l'école de [commune], un bureau d'études fluides disponible
Bonjour [Prénom],
L'avis du concours de réhabilitation de l'école de [commune], publié au BOAMP, demande
un bureau d'études fluides et thermique dans l'équipe, avec une remise des candidatures
le 12 décembre. Nous avons mené les études de deux réhabilitations d'écoles en Gironde
depuis 2023. Avez-vous déjà constitué votre équipe ?
Claire [Nom], gérante, [bureau d'études], Mérignac, [numéro] »
```

RÉPONSE TYPE

1. Identité : oui, « Claire [Nom], gérante, [bureau d'études], Mérignac, [numéro] ».
2. Refus : non, aucun moyen de refuser n'est proposé.
3. Objet : oui, « Concours de l'école de [commune] » correspond au contenu.

Phrase de refus : « Si vous ne souhaitez plus recevoir de message de ma part, répondez simplement « non ». »

Ce qui en a été fait. Claire ajoute la phrase dans sa signature « Prospection » et vérifie le nombre de réhabilitations d'écoles dans ses dossiers avant d'envoyer.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Source de l'adresse de l'architecte notée : page équipe du site de l'agence, lue le 19/11/2026.
- Phrase de refus présente dans la signature, donc dans chaque relance.
- Le SMS abandonné noté comme règle d'équipe, pour qu'un collègue ne le relance pas.

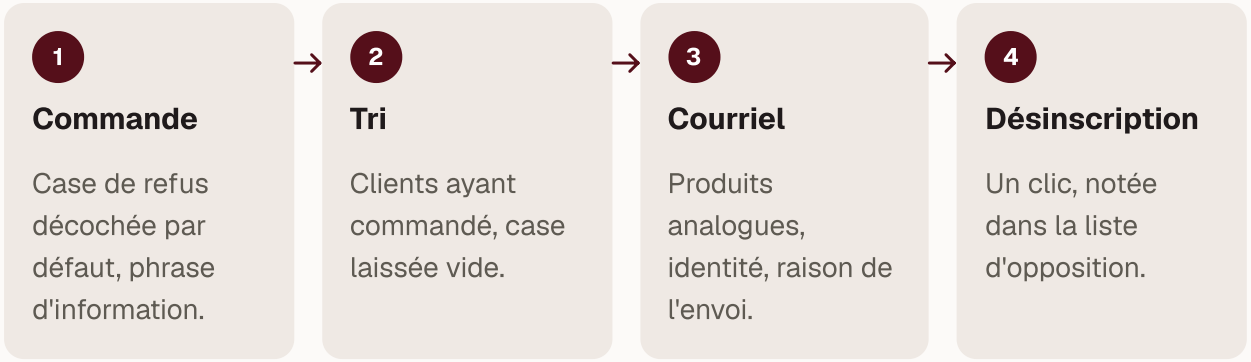
Ce que cela change. Ordre de grandeur : dix minutes pour éviter un envoi interdit à des dizaines de particuliers, et un courriel conforme qui part le jour même.

Exemple 4.2

Marc écrit à ses clients particuliers dans les règles

Marc dirige une imprimerie de 18 salariés à Bègles. Sa boutique en ligne vend aussi des faire-part et des cartes de vœux aux particuliers. Il veut leur envoyer une offre de cartes de vœux en décembre, sans enfreindre la règle du consentement.

Du formulaire au courriel de décembre



Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Ma boutique en ligne vend des faire-part et des cartes aux particuliers. Rédige la case à placer dans le formulaire de commande pour que je puisse, plus tard, proposer à ces clients des produits analogues par courriel en respectant l'article L34-5 du CPCE : le texte de la case, son état par défaut, et la phrase d'information qui l'accompagne. Courts, clairs, sans jargon.
```

RÉPONSE TYPE

Case, décochée par défaut : « Je ne souhaite pas recevoir par courriel les offres de [imprimerie] sur des produits proches de ma commande (faire-part, cartes, papeterie). »

Phrase d'information sous la case : « Si vous ne cochez pas cette case, nous pourrons vous écrire au sujet de produits proches de votre commande. Vous pourrez refuser à tout moment, en un clic, depuis chaque message. »

Ce qui en a été fait. Marc vérifie que la case se coche pour refuser et qu'elle est bien vide par défaut : c'est le refus offert à la collecte. Il note la date de mise en ligne du formulaire : seuls les clients qui ont commandé après cette date entrent dans l'envoi.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Écris le pied du courriel de décembre envoyé à ces clients : identité de l'imprimerie, raison pour laquelle ils reçoivent ce message, lien de désinscription en un clic. Trois lignes au plus.
```

RÉPONSE TYPE

[Imprimerie], [adresse], Bègles, [numéro].

Vous recevez ce message parce que vous avez commandé chez nous des faire-part ou des cartes.

Pour ne plus recevoir nos offres : [lien de désinscription en un clic].

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Envoi limité aux clients ayant commandé, case de refus laissée vide, après la mise en ligne du formulaire.
- Lien de désinscription testé : un clic, sans connexion.
- Produits proposés analogues à ceux achetés : cartes et papeterie, pas l'impression de catalogues d'entreprise.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure pour adapter le formulaire et le pied de message, et une base de clients utilisable chaque année sans risque.

Exemple 4.3

Julien traite un refus et une demande d'origine

Julien, commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac, reçoit le même jour deux réponses à ses premiers messages : un directeur qui écrit « Retirez-moi de vos listes », et une directrice qui demande « D'où tenez-vous mon adresse ? ».

La journée de Julien

9 h — **Deux réponses reçues**
Un refus, une demande d'origine.

9 h 05 — **Opposition inscrite**
Date, canal, phrase reçue.

9 h 10 — **Deux réponses envoyées**
Confirmation, source et date.

J+2 — **Rendez-vous accepté**
Pour janvier, par la directrice.

Échange 1 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Un directeur de service d'aide à domicile me répond « Retirez-moi de vos listes ».
Écris la réponse de confirmation la plus courte possible : poli, sans argument
commercial, sans lui demander pourquoi.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour [Prénom],
C'est noté : vous ne recevrez plus de message de notre part. Je vous prie d'excuser le dérangement.
Julien [Nom], [éditeur]

> **Ce qui en a été fait.** Julien inscrit le directeur dans la liste d'opposition de l'entreprise, avec la date, le canal et la phrase reçue, avant même d'envoyer la confirmation. Ses collègues voient l'opposition dans le CRM.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Une directrice me demande « D'où tenez-vous mon adresse ? ». Je l'ai lue le 12/11/2026
sur la page « Contact » du site de son association. Rédige une réponse courte qui donne
la source et la date, explique pourquoi je lui ai écrit, et lui rappelle qu'elle peut
refuser tout autre message.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour [Prénom],

J'ai trouvé votre adresse le 12 novembre sur la page « Contact » du site de votre association, où elle est publiée. Je vous ai écrit parce que notre logiciel sert à planifier les interventions des services d'aide à domicile, ce qui touche à vos fonctions de directrice.

Si vous ne souhaitez plus recevoir de message de ma part, répondez simplement « non » et je le noterai.

Julien [Nom], [éditeur], [numéro]

> **Ce qui en a été fait.** La directrice répond deux jours plus tard qu'elle accepte un échange en janvier. La transparence sur la source a ouvert la conversation.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Opposition inscrite avant l'envoi de la confirmation, visible de toute l'équipe.
- Source et date de l'adresse relues dans la fiche compte avant de répondre.
- Réponse envoyée dans la journée, bien avant le délai d'un mois rappelé par la CNIL.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : dix minutes pour deux réponses qui protègent l'entreprise, et un rendez-vous obtenu grâce à une source notée.

Leçon 5 · 3 exemples

Le démarchage téléphonique, Bloctel et le consentement préalable

Exemple 5.1

Claire renonce aux appels du lotissement et organise les rappels

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, reçoit d'un stagiaire un plan d'appels aux propriétaires d'un lotissement pour vendre des audits énergétiques. Elle le fait vérifier, puis organise à la place le rappel des demandes reçues par son site.

Le plan du stagiaire, le circuit de Claire

Plan abandonné

- Numéros pris dans un annuaire
- Particuliers sans accord
- Secteur exclu du démarchage

Circuit retenu

- Formulaire de demande sur le site
- Rappel sous cinq jours ouvrables
- Sur l'audit demandé seulement

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Je dirige un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Un stagiaire propose d'appeler les propriétaires d'un lotissement de Mérignac, à partir de numéros trouvés dans un annuaire, pour leur proposer un audit énergétique de leur maison. Dis si c'est permis selon l'article L223-1 du code de la consommation dans sa version en vigueur depuis le 11 août 2026, en distinguant chaque raison. Pas de conseil juridique personnalisé.
```

RÉPONSE TYPE

Ce n'est pas permis, pour deux raisons indépendantes.

1. Les propriétaires sont des consommateurs : depuis le 11 août 2026, les démarcher par téléphone exige leur consentement préalable, qu'ils n'ont pas donné.

2. L'audit énergétique relève des économies d'énergie, secteur où la prospection téléphonique des consommateurs est interdite, sauf contrat en cours. Même avec un accord, l'appel resterait exclu.

Une exception existe pour répondre à une demande d'information du consommateur, dans les cinq jours ouvrables, sur ce qu'il a demandé.

> **Ce qui en a été fait.** Claire vérifie les deux points sur Légifrance, dans les articles L223-1 et R223-4, puis abandonne le plan.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rédige la case et la phrase à placer sous le formulaire « Demander un audit » de mon
site, pour que je puisse rappeler la personne au sujet de sa demande, et la règle
interne en trois lignes qui garantit un rappel dans les cinq jours ouvrables, sur
l'audit seulement.
```

RÉPONSE TYPE

Sous le bouton d'envoi : « En envoyant ce formulaire, vous demandez à être rappelé par [bureau d'études] au sujet de votre demande d'audit. Nous vous appellerons dans les cinq jours ouvrables, uniquement à ce sujet. »

Règle interne :

1. Chaque demande est enregistrée avec sa date et son heure, et gardée trois ans.
2. Le rappel a lieu dans les cinq jours ouvrables, sur l'audit demandé, rien d'autre.
3. Passé ce délai, aucun appel : un courriel de réponse seulement.

> **Ce qui en a été fait.** Claire confie la règle à son assistante et ajoute une alerte au troisième jour ouvrable dans l'agenda partagé.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les deux interdictions relues dans L223-1, l'exception dans R223-4.
- Formulaire testé : la date et l'heure de chaque demande arrivent dans le tableau de suivi.
- Aucun numéro de l'annuaire conservé après l'abandon du plan.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt minutes pour écarter une action interdite, et un circuit de rappel qui traite les vraies demandes dans les délais.

Exemple 5.2

Thomas appelle des responsables maintenance

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, a quatre sites à appeler mardi, tous des professionnels avec un signal daté. Il prépare son ouverture et sa prise de notes.

L'appel de Thomas

1 **Vérifications**
Liste d'opposition, créneau, numéro affiché.

→ 2 **Ouverture**
Identité, nature commerciale, raison, choix.

→ 3 **Échange**
Deux questions, réponses notées.

→ 4 **Historique**
Notes au propre, prochaine action datée.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Écris l'ouverture d'un appel au responsable maintenance d'un site de plats cuisinés de 90 salariés dans le Lot-et-Garonne, vingt secondes au plus : mon prénom et mon nom, mon entreprise de maintenance industrielle de Bassens, la nature commerciale de l'appel, la raison (une offre de technicien de maintenance publiée le 15 septembre 2026, toujours en ligne), une question qui laisse le choix. Puis la phrase à dire au refus.
```

RÉPONSE TYPE

« Bonjour, Thomas [Nom], de [entreprise], maintenance industrielle à Bassens. C'est un appel commercial. J'ai vu que votre offre de technicien de maintenance est en ligne depuis la mi-septembre. Nous intervenons en renfort sur des lignes agroalimentaires pendant ce genre de vacance de poste. Puis-je vous poser deux questions, ou préférez-vous que j'arrête là ? »

Au refus : « C'est noté, je ne vous rappellerai pas. Bonne journée. »

Ce qui en a été fait. Thomas chronomètre : 21 secondes. Il retire « pendant ce genre de vacance de poste » et passe à 17.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici mes notes brutes après l'appel, sans nom : « resp maint OK pour parler, 2 techs sur 4 dispo, arrêt ligne sauces semaine dernière 6 h, budget renfort à voir avec dir site, rappeler 2 décembre matin, ne veut pas de courriel commercial ». Mets-les au propre pour la case Historique de ma fiche compte : date, canal, ce qui a été dit, prochaine action datée, préférence de canal. N'ajoute rien.
```

RÉPONSE TYPE

Date : 24/11/2026. Canal : téléphone, appel sortant.

Échange : le responsable maintenance accepte de parler. Deux techniciens sur quatre disponibles. Arrêt de la ligne sauces la semaine dernière, environ 6 heures. Budget de renfort à voir avec le directeur de site.

Prochaine action : rappeler le 02/12/2026 au matin.

Préférence : ne souhaite pas recevoir de courriel commercial.

Ce qui en a été fait. Thomas coche dans le CRM l'opposition au courriel commercial : le canal téléphone reste ouvert, le courriel est fermé pour ce contact.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Numéro affiché vérifié avant la séance, appels passés entre 10 h et 12 h 30.
- Ouverture sous vingt secondes, sans affirmation qu'il ne peut pas prouver.
- Préférence de canal inscrite le jour même, visible de toute l'équipe.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure pour quatre appels préparés, et une prochaine action datée au lieu d'un « je vous rappelle ».

Exemple 5.3

Julien nettoie une liste d'appels issue d'un salon

Julien, commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac, récupère 40 contacts d'un salon régional du secteur. Certaines lignes n'ont pas d'entreprise. Il veut savoir qui il peut appeler, et quand.

Les quatre tentatives de Julien

Lundi 23/11	Jeudi 26/11	Mercredi 02/12	Mardi 08/12
Tentative 1	**Tentative 2**	**Tentative 3**	**Tentative 4**
10 h à 12 h, quatre contacts.	14 h à 16 h, sans réponse seulement.	10 h à 12 h.	Puis arrêt, quoi qu'il arrive.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici huit lignes d'une liste d'appels, sans nom ni numéro réel :
1. Directrice, association d'aide à domicile, Pau, ligne directe sur sa carte de
visite.
2. « Marie », mobile, aucune entreprise, visiteuse du salon.
3. Responsable de secteur, entreprise de services à la personne, Agen, standard.
4. Aidant familial, mobile, venu se renseigner pour sa mère.
5. Directeur, centre communal d'action sociale, Montauban, standard.
6. Gérante, micro-entreprise d'aide à domicile, mobile publié sur son site
professionnel.
7. Infirmière libérale, mobile, sans lien avec la planification de services.
8. Directeur adjoint, association, Toulouse, a écrit « pas de démarchage téléphonique »
```

```
sur le formulaire du salon.
Repère les particuliers possibles et les oppositions, cite l'indice, classe les autres
en « professionnel, à appeler avec information et opposition notée », et écris « à
vérifier » si tu ne peux pas trancher.
```

RÉPONSE TYPE

1. Professionnel, à appeler : carte de visite, fonction liée au sujet.
2. À vérifier : prénom seul, mobile, aucune entreprise.
3. Professionnel, à appeler : standard de l'entreprise.
4. Particulier : aidant venu à titre personnel ; ne pas appeler pour de la prospection.
5. Professionnel, à appeler : standard d'un organisme public, fonction liée au sujet.
6. Professionnel, à appeler : mobile publié pour son activité.
7. Hors cible : sujet sans lien avec son activité.
8. Opposition : « pas de démarchage téléphonique » ; ne pas appeler, inscrire l'opposition.

Ce qui en a été fait. Julien inscrit la ligne 8 dans la liste d'opposition et range la ligne 2 de côté jusqu'à ce qu'il retrouve son entreprise dans les badges du salon.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Propose un calendrier d'appels pour les lignes 1, 3, 5 et 6 sur trois semaines à partir
du lundi 23 novembre 2026, avec au plus quatre tentatives par contact en 30 jours,
uniquement du lundi au vendredi entre 10 h et 13 h ou entre 14 h et 20 h, et un arrêt
dès qu'une personne répond ou refuse.
```

RÉPONSE TYPE

Tentative 1 : lundi 23 novembre, 10 h à 12 h, les quatre contacts.

Tentative 2 : jeudi 26 novembre, 14 h à 16 h, ceux qui n'ont pas répondu.

Tentative 3 : mercredi 2 décembre, 10 h à 12 h.

Tentative 4 : mardi 8 décembre, 16 h à 18 h, puis arrêt.

Règle : un contact qui répond, rappelle ou refuse sort aussitôt du calendrier ; un refus est inscrit dans la liste d'opposition.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque ligne de particulier ou d'opposition retirée avant la première tentative.
- Créneaux et nombre de tentatives recomptés à la main.
- Ligne 2 traitée comme un particulier tant que son entreprise n'est pas retrouvée.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : trente minutes pour une liste propre et un calendrier tenable, au lieu d'appels au hasard dont deux auraient visé des particuliers.

Leçon 6 · 3 exemples

Fichiers achetés, outils d'enrichissement et information des personnes

Exemple 6.1

Sophie teste une extension, puis la retire

Sophie est associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux, aux Chartrons. Elle cible des dirigeants de PME de 20 à 150 salariés sans DRH. Un confrère lui a conseillé une extension qui affiche l'adresse et le mobile des profils LinkedIn qu'elle consulte ; en une matinée, elle a noté 14 adresses et 6 mobiles dans son tableur.

Le tableur de Sophie avant et après

Avant

- 14 adresses d'origine inconnue
- 6 mobiles, dont 4 masqués sur les profils
- Aucune source notée
- Extension active

Après

- 14 comptes à préparer, sans adresse
- Aucun mobile
- Une note datée au dossier
- Extension supprimée

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes. J'ai testé une extension de navigateur qui affiche l'adresse et le mobile des profils LinkedIn que je consulte. Sans rien supposer sur cet outil, liste les questions que je dois me poser sur ce que je viens de noter : d'où viennent ces coordonnées, ce que les personnes ont vu, ce que je dois leur dire si je leur écris, ce que disent les conditions de LinkedIn. Pour chaque question, dis où trouver la réponse.
```

RÉPONSE TYPE

1. D'où viennent ces coordonnées ? Lisez la politique de confidentialité de l'éditeur : sources citées, pays de traitement, durée de conservation.

2. Les personnes avaient-elles rendu ces coordonnées visibles ? Si l'adresse n'apparaît pas sur le profil, elle a été trouvée ailleurs ou recoupée.

3. Les mobiles sont-ils professionnels ? Rien ne permet de le savoir depuis l'extension.

4. Que devrez-vous dire au premier message ? Votre identité, la source (le nom de l'outil), pourquoi vous écrivez, comment refuser : article 14 du RGPD.

5. Que disent les conditions d'utilisation de LinkedIn sur les extensions qui copient les données des profils ? Section 8.2 de l'accord d'utilisation.

À vérifier par vous : chaque réponse sur les pages citées, pas dans cette liste.

Ce qui en a été fait. Sophie lit la décision KASPR de la CNIL et découvre que la collecte de coordonnées dont les personnes avaient limité la visibilité a été jugée sans base légale. Quatre des six mobiles n'apparaissaient sur aucun profil.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Rédige la note de deux paragraphes que je laisserai dans le dossier « Prospection » du cabinet : ce que nous avons testé, ce que nous avons décidé, ce que nous avons supprimé, et la règle pour la suite. Ton factuel, aucun nom de personne.
```

RÉPONSE TYPE

Le [date], une extension d'enrichissement a été testée une matinée sur LinkedIn. Elle a fourni 14 adresses et 6 numéros de mobile de dirigeants de PME. Après lecture de la décision de la CNIL du 05/12/2024 relative à KASPR et des conditions d'utilisation de LinkedIn, l'extension a été supprimée du navigateur le [date].

Les 6 numéros ont été effacés. Les 14 adresses ont été retirées du tableur ; seules seront recherchées à nouveau, à la main et dans des sources citables, les adresses des comptes qualifiés. Règle du cabinet : aucune extension qui copie ou complète les données d'un profil.

Ce qui en a été fait. Sophie ajoute la règle à la page 2 de sa fiche de méthode, dans la liste de contrôle avant envoi.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Extension supprimée et autorisations vérifiées dans « Gérer les extensions » de Chrome.
- Numéros effacés du tableur et de la corbeille du Drive du cabinet.
- Les 14 comptes restent dans la liste de travail, sans adresse, avec la mention « à préparer ».

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure pour lire, décider et nettoyer, contre une prospection de 14 dirigeants fondée sur des données dont Sophie n'aurait pas pu dire l'origine.

Exemple 6.2

Une imprimerie de Bègles renonce à un fichier de futurs mariés

Karim dirige une imprimerie de 18 salariés à Bègles, qui veut développer les faire-part de mariage. Un courtier lui propose 3 000 adresses de particuliers de Gironde « ayant un projet de mariage », recueillies par un jeu-concours avec la case « J'accepte de recevoir les offres de nos partenaires ».

La décision de Karim

1. **Offre du courtier**
   3 000 particuliers, case « partenaires ».
2. **Copie du formulaire**
   Partenaires non nommés.
3. **Refus du fichier**
   Pas de consentement pour l'imprimerie.
4. **Premier collecteur**
   Salon et site, consentement recueilli par lui.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides le dirigeant d'une imprimerie de 18 salariés à Bègles. Un courtier me propose
3 000 adresses de particuliers recueillies par un jeu-concours, avec la case «
J'accepte de recevoir les offres de nos partenaires ». Liste ce que je dois vérifier
avant de leur envoyer un courriel de promotion, selon les règles de la CNIL sur la
transmission de données à des partenaires. Écris « à vérifier » pour tout ce que tu ne
peux pas affirmer.
```

RÉPONSE TYPE

1. La case était-elle décochée par défaut ? Une case pré-cochée ne vaut pas consentement.
2. La liste des partenaires était-elle affichée ou accessible par un lien au moment de la collecte, exhaustive et à jour ? Votre imprimerie ou votre secteur y figurait-il ?
3. Le courtier a-t-il recueilli lui-même ces adresses, ou les tient-il d'un autre courtier ? Le consentement ne passe pas de partenaire en partenaire.
4. Pouvez-vous obtenir la preuve du consentement pour chaque adresse (date, formulaire) ?
5. Le formulaire mettait-il en valeur le bouton d'acceptation au détriment du refus ? (à vérifier sur la copie d'écran)

Si la réponse à 2 est non, aucun courriel ni SMS n'est possible.

Ce qui en a été fait. Le courtier envoie la copie du formulaire : la liste des partenaires se limitait à « nos partenaires du secteur de la fête ». Aucune imprimerie nommée.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Le courtier ne peut pas prouver que mon imprimerie figurait parmi les partenaires.
Propose trois façons d'atteindre des futurs mariés de Gironde sans ce fichier,
réalistes pour une imprimerie de 18 personnes, et dis pour chacune ce qu'elle exige en
matière de consentement.
```

RÉPONSE TYPE

1. Un stand au salon du mariage de la région, avec un formulaire qui recueille le consentement (case décochée) pour recevoir vos offres : vous devenez le premier collecteur.
2. Des partenariats avec des lieux de réception et des traiteurs, qui remettent vos échantillons à leurs clients : aucune adresse ne vous est transmise.
3. Une page de votre site avec un configurateur de faire-part et une inscription aux nouveautés, consentement recueilli à l'inscription.

Ce qui en a été fait. Karim refuse le fichier et commande 300 échantillons pour deux lieux de réception de l'Entre-deux-Mers.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Copie du formulaire du courtier lue et rangée : partenaires non nommés, donc pas de consentement pour l'imprimerie.
- Aucune adresse du fichier conservée, l'échantillon de 20 lignes supprimé.
- Le formulaire du stand relu : case décochée, mention de l'imprimerie, lien vers la politique de confidentialité.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une demi-journée d'analyse au lieu d'un envoi à 3 000 particuliers sans consentement, exactement le schéma sanctionné chez SOLOCAL MARKETING SERVICES.

Exemple 6.3

Un cabinet comptable de Libourne répond à « d'où tenez-vous mon adresse ? »

Nathalie est expert-comptable associée d'un cabinet de 25 personnes à Libourne. Un stagiaire a complété 90 fiches de prospects avec un outil d'enrichissement avant son départ. Un gérant de domaine viticole répond au premier courriel : « D'où tenez-vous mon adresse, et que savez-vous d'autre sur moi ? »

Les trois jours du cabinet

Lundi 9 h

La question du gérant

D'où tenez-vous mon adresse ?

Lundi 14 h

Réponse envoyée

Source, données détenues, retrait proposé.

Mardi

Tri des 89 fiches

31 gardées, 58 supprimées.

Mercredi

Règle écrite

Aucune adresse sans source dans la fiche.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet d'expertise comptable de 25 personnes. Un prospect, gérant d'une exploitation viticole, nous demande d'où vient son adresse et quelles données nous détenons. L'adresse a été obtenue par l'outil d'enrichissement [nom de l'outil] le [date]. Nous détenons : nom, prénom, fonction, adresse professionnelle, nom de l'exploitation, date du premier courriel. Rédige une réponse de 120 mots au plus : la source exacte, les données détenues, la proposition de le retirer de nos fichiers, le délai. Ton simple, aucune justification commerciale.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour Monsieur [nom],

Votre adresse professionnelle a été obtenue le [date] au moyen de l'outil [nom de l'outil], qui complète des coordonnées professionnelles. Nous détenons à votre sujet : vos nom et prénom, votre fonction de gérant, votre adresse professionnelle, le nom de votre exploitation et la date de notre premier courriel, le [date].

Si vous le souhaitez, nous supprimons ces données et inscrivons votre adresse sur notre liste d'opposition, pour qu'elle ne soit plus jamais employée. Un simple « oui » en réponse suffit ; ce sera fait sous 48 heures et confirmé par écrit.

Veuillez nous excuser du dérangement.

Nathalie [nom], [cabinet]

> **Ce qui en a été fait.** Nathalie retire « Veuillez nous excuser du dérangement », qu'elle trouve de trop, et envoie le jour même.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Les 89 autres fiches viennent du même outil et le premier message envoyé ne disait pas d'où venaient les adresses. Propose un plan en quatre étapes pour régulariser : ce que nous gardons, ce que nous supprimons, ce que nous écrivons dans les prochains messages, ce que nous notons.
```

RÉPONSE TYPE

1. Garder seulement les fiches des comptes qualifiés selon vos critères (secteur, taille, signal) ; supprimer les autres.

2. Pour les fiches gardées, rechercher l'adresse dans une source citable (site de l'exploitation, annuaire professionnel) et noter la source ; à défaut, garder la source « outil [nom], [date] ».

3. Ajouter à tout prochain message la phrase d'information : qui vous êtes, la source, pourquoi vous écrivez, comment refuser.

4. Noter dans chaque fiche la date de collecte, pour appliquer la durée de trois ans, et tenir la liste d'opposition.

> **Ce qui en a été fait.** Le cabinet garde 31 fiches sur 89 et retrouve 19 adresses sur le site même des exploitations.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Réponse envoyée sous 24 heures, bien avant le délai d'un mois dont disposent les personnes pour obtenir réponse.
- Adresse du gérant inscrite sur la liste d'opposition après sa réponse « oui », et données effacées du CRM.
- Abonnement à l'outil résilié ; la règle « aucune adresse sans source notée » ajoutée à la fiche de méthode.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : deux heures pour répondre et nettoyer 89 fiches, contre une plainte possible à la CNIL et un cabinet incapable de dire d'où viennent ses données.

Leçon 7 · 3 exemples

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

Exemple 7.1

Thomas prépare un site agroalimentaire des Landes

Thomas est chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens. Il prépare un site de production de plats cuisinés de 180 salariés dans les Landes, repéré parce que son offre de technicien de maintenance reste ouverte. Il a lu trois pages : la page carrières, la page actualités et la fiche du registre public.

Les onze minutes de Thomas

0 min — Trois pages lues
Carrières, actualités, registre.

3 min — Demande envoyée
Extraits collés avec adresse et date.

5 min — Vérification
Trois phrases retrouvées, offre toujours en ligne.

9 min — Angle et canal
Deux questions gardées, appel au standard prévu.

11 min — Fiche prête
Prochaine action datée au 21/11.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu es l'assistant de préparation d'un chargé de développement d'une entreprise
de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, qui assure la maintenance
préventive de lignes de production.
Contexte : nous préparons un site de production de plats cuisinés de 180 salariés dans
les Landes. Extraits lus le 19/11/2026 : [page carrières, adresse, offre publiée le
02/09/2026 : « Technicien de maintenance électromécanique (H/F), production en trois-
huit, rattaché au responsable maintenance »] [page actualités, adresse, 12/10/2026 : «
Une deuxième ligne de conditionnement entrera en service en 2027 »].
Tâche : relève au plus cinq faits utiles, puis trois hypothèses en questions.
Format : tableau Fait | Phrase exacte | Adresse | Date du fait ; « non trouvé » si
absent ; aucun nom, numéro ou chiffre absent des extraits.
```

RÉPONSE TYPE

Fait	Phrase exacte	Adresse	Date du fait
Poste de technicien ouvert	« Technicien de maintenance électromécanique (H/F) »	[page carrières]	02/09/2026
Travail posté	« production en trois-huit »	[page carrières]	02/09/2026
Deuxième ligne prévue	« Une deuxième ligne de conditionnement entrera en service en 2027 »	[page actualités]	12/10/2026
Interlocuteur	« rattaché au responsable maintenance » ; nom non trouvé	[page carrières]	02/09/2026

Hypothèses :

1. Le poste ouvert depuis septembre pèse-t-il sur la maintenance préventive en trois-huit ?
2. La deuxième ligne de 2027 est-elle prévue avec ou sans renfort de l'équipe maintenance ?
3. Comment sont couverts aujourd'hui les arrêts de nuit ?

> **Ce qui en a été fait.** Thomas ouvre les deux liens et retrouve les trois phrases avec Ctrl+F. Il vérifie que l'offre est toujours en ligne le jour même : elle l'est, onze semaines après sa publication.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Voici la fiche et le texte des deux pages : [collez]. Vérifie que chaque phrase citée figure mot pour mot dans la page indiquée. Rends : faits confirmés ; phrases absentes ou différentes ; déductions présentées comme des faits. Ne corrige rien.
```

RÉPONSE TYPE

Faits confirmés : les quatre lignes.

Phrases absentes ou différentes : aucune.

Déductions : l'hypothèse 3 suppose des arrêts de nuit, que les pages n'évoquent pas ; elle reste acceptable en question, à condition de ne jamais l'écrire comme un constat.

> **Ce qui en a été fait.** Thomas garde les hypothèses 1 et 2 pour son message et réserve la troisième pour l'appel.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les trois phrases retrouvées dans les pages avec Ctrl+F, adresses notées.
- L'offre revérifiée en ligne le jour de la préparation, pas seulement à la date de publication.
- Le nom du responsable maintenance laissé « non trouvé » plutôt que demandé à l'IA.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : onze minutes pour une fiche complète et vérifiée, contre trente à quarante minutes de navigation sans méthode, et aucun fait à rattraper après l'envoi.

Exemple 7.2

Julien prépare une association d'aide à domicile d'Agen

Julien est commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac. Il prépare une association d'aide à domicile de 120 salariés à Agen. Il active la recherche web de son assistant pour gagner du temps.

La réponse de l'IA, avant et après vérification

Avant

- Trois faits, dont un chiffre faux
- « près de 900 bénéficiaires »
- Rien d'ouvert par Julien

Après

- Deux faits confirmés, un corrigé
- « plus de 700 bénéficiaires », source notée
- Trois liens ouverts et datés

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu es l'assistant de préparation d'un commercial d'un éditeur de logiciel de
planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac.
Contexte : nous préparons une association d'aide à domicile de 120 salariés à Agen,
[adresse de son site].
Tâche : avec la recherche web, relève au plus cinq faits récents sur cette structure,
en ne t'appuyant que sur des pages que tu ouvres ; puis trois hypothèses en questions.
Format : tableau Fait | Phrase exacte | Adresse | Date du fait ; « non trouvé » si
absent ; aucun nom, numéro ou chiffre que les pages ne portent pas.
```

RÉPONSE TYPE

Fait	Phrase exacte	Adresse	Date du fait
Rapprochement avec une association voisine	« Les deux associations uniront leurs services au 1er janvier 2027 »	[article de presse locale]	14/10/2026
Nouvelle directrice	« Une nouvelle directrice a pris ses fonctions en septembre »	[page actualités du site]	09/2026
Nombre de bénéficiaires	« près de 900 bénéficiaires »	[page d'accueil]	non daté

Hypothèses :

1. L'union des deux services au 1er janvier oblige-t-elle à fusionner deux plannings ?
2. La nouvelle direction revoit-elle les outils de l'association ?
3. Les plannings sont-ils aujourd'hui tenus sur deux logiciels différents ?

> **Ce qui en a été fait.** Julien ouvre les trois liens. Les deux premières phrases sont exactes. Sur la page d'accueil, il lit « plus de 700 bénéficiaires » : le chiffre de la réponse est faux.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
La phrase « près de 900 bénéficiaires » ne figure pas sur la page indiquée, qui dit « plus de 700 bénéficiaires ». Retire ce fait du tableau, ne le remplace par rien, et dis-moi si d'autres faits du tableau reposent sur la même page.
```

RÉPONSE TYPE

Fait retiré. Aucun autre fait du tableau ne repose sur la page d'accueil. Vous pouvez ajouter vous-même « plus de 700 bénéficiaires » si vous jugez ce chiffre utile, avec l'adresse de la page et la date de votre lecture.

> **Ce qui en a été fait.** Julien ajoute le bon chiffre à la main, avec sa source. Il garde le rapprochement comme signal : une date précise, le 1er janvier 2027.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les trois liens ouverts ; un chiffre faux repéré et corrigé à la source.
- La date du rapprochement relevée dans l'article, pas déduite.
- Le nom de la nouvelle directrice cherché sur le site de l'association, pas demandé à l'IA.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : douze minutes avec la recherche web, et un chiffre faux qui ne partira pas dans le premier message.

Exemple 7.3

Un menuisier de Pessac prépare un cabinet d'architectes

Marc dirige une menuiserie de 6 personnes à Pessac, spécialisée dans l'agencement intérieur. Il prépare un cabinet d'architectes de 8 personnes à Bordeaux, qui vient de remporter un marché public d'extension d'école. Il a lu l'avis d'attribution et la page « projets » du cabinet.

De l'avis d'attribution à l'angle



Échange 1 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Rôle : tu es l'assistant de préparation du gérant d'une menuiserie d'agencement de 6
personnes à Pessac.
Contexte : nous préparons un cabinet d'architectes de 8 personnes à Bordeaux. Extraits
lus le 19/11/2026 : [avis d'attribution, adresse, 03/11/2026 : « Marché de maîtrise
d'œuvre pour l'extension d'un groupe scolaire, attribué au cabinet », commune de la
métropole] [page projets du cabinet, adresse : « Nos réalisations privilégient le bois
et les matériaux biosourcés »].
Tâche : trois faits au plus, puis trois hypothèses en questions sur ce que le cabinet
pourrait chercher chez un menuisier d'agencement.
Format : tableau Fait | Phrase exacte | Adresse | Date du fait ; « non trouvé » si
absent.
```

RÉPONSE TYPE

Fait	Phrase exacte	Adresse	Date du fait
Marché attribué	« Marché de maîtrise d'œuvre pour l'extension d'un groupe scolaire, attribué au cabinet »	[avis d'attribution]	03/11/2026
Parti pris des matériaux	« Nos réalisations privilégient le bois et les matériaux biosourcés »	[page projets]	non daté
Calendrier des travaux	non trouvé		

Hypothèses :

1. L'extension prévoit-elle des aménagements intérieurs en bois (rangements, bancs, bibliothèques) ?
2. À quel moment de la conception cherchez-vous l'avis d'un menuisier sur la faisabilité et les coûts ?
3. Travaillez-vous déjà avec des menuisiers de la métropole pour ce type d'ouvrage ?

Ce qui en a été fait. Marc retrouve les deux phrases. Il note que l'appel d'offres de travaux viendra plus tard : il ne prospecte pas pour le marché, il se fait connaître du maître d'œuvre.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Propose l'angle de la fiche en une question, à partir du fait « marché attribué » et de l'hypothèse 2, sans laisser entendre que nous voulons être choisis pour le marché de travaux.
```

RÉPONSE TYPE

« Pour les aménagements intérieurs en bois de l'extension, un avis de menuisier sur la faisabilité et les coûts en phase de conception vous serait-il utile ? »

Ce qui en a été fait. Marc garde cette question comme angle et renvoie le contact à la fin de la phase d'esquisse, dans trois semaines.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- L'avis d'attribution relu : il s'agit de la maîtrise d'œuvre, pas des travaux.
- Aucune promesse liée au futur marché de travaux, soumis à sa propre mise en concurrence.
- La phrase de la page projets retrouvée et sa page notée, sans date de publication visible.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : huit minutes, et un angle qui parle au cabinet de son projet plutôt que de la menuiserie.

Leçon 8 · 3 exemples

Écrire un premier message court et réellement personnalisé

Exemple 8.1

Thomas ramène 220 mots à 92

Thomas est chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens. Son premier message à un site de plats cuisinés de 180 salariés dans les Landes faisait 220 mots, avec une plaquette jointe. Il le réécrit depuis sa fiche compte.

De la fiche au message envoyé

1. **Fiche compte** — Signal, deux faits, une hypothèse.
2. **Demande avec interdits** — Cinq phrases, preuve fournie.
3. **Vérification** — Preuve intacte, aucun ajout.
4. **Deux tests** — Transfert raté par un autre nom, 26 secondes.
5. **Envoi par Thomas** — Depuis sa boîte, sans pièce jointe.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides le chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40
salariés à Bassens.
Fiche : signal, offre de technicien de maintenance électromécanique en ligne depuis le
02/09/2026 ; fait, deuxième ligne de conditionnement annoncée pour 2027 ; fait,
production en trois-huit ; hypothèse, le recrutement ouvert pèse-t-il sur la préventive
?
Écris un premier courriel de 90 mots environ en cinq phrases : signal ; hypothèse en
question ; cette preuve, sans rien ajouter : « pour un site de plats cuisinés de taille
comparable en Gironde, nous assurons depuis deux ans la préventive de deux lignes, avec
une astreinte de quatre heures » ; demande faible, quinze minutes ou une trame de plan
de préventive ; rien d'autre.
Interdits : compliment, formule d'introduction, « solution », « innovant », «
```

```
accompagnement », « leader », tout fait absent de la fiche, point d'exclamation. Donne
le nombre de mots.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour,

Votre offre de technicien de maintenance électromécanique est en ligne depuis le 2 septembre. Avec la deuxième ligne de conditionnement annoncée pour 2027, ce recrutement encore ouvert pèse-t-il déjà sur la préventive en trois-huit ?

Pour un site de plats cuisinés de taille comparable en Gironde, nous assurons depuis deux ans la préventive de deux lignes, avec une astreinte de quatre heures.

Un échange de quinze minutes vous serait-il utile, ou préférez-vous recevoir notre trame de plan de préventive ?

(78 mots)

Ce qui en a été fait. Thomas vérifie la preuve mot pour mot : elle est intacte. Il ajoute « Monsieur [nom] » après « Bonjour », le nom obtenu au standard, et passe à 80 mots.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Propose trois objets de 3 à 6 mots qui parlent du sujet du destinataire, pas de notre
offre, sans majuscules partout ni faux « RE : ». Pour chacun, dis ce qu'il promet et si
le message le tient.
```

RÉPONSE TYPE

1. « Votre poste de technicien maintenance » : promet de parler de son recrutement ; tenu par la première phrase.
2. « Préventive et deuxième ligne 2027 » : promet de parler de son projet ; tenu par la question.
3. « Maintenance en trois-huit » : promet de parler de son organisation ; tenu, mais plus vague.

Ce qui en a été fait. Thomas garde le premier, ajoute sa signature et la phrase « Votre adresse m'a été donnée par votre standard le 21 novembre ; un simple « non » suffit pour que je ne vous écrive plus. Vos droits : [lien]. » Total : 92 mots avant la signature.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Test du transfert : le 2 septembre, la deuxième ligne et le trois-huit ne tiennent chez aucun autre site.
- Test du téléphone : 26 secondes à voix haute.
- Plaquette et liens retirés, suivi des ouvertures désactivé dans sa messagerie.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : dix minutes pour réécrire un message à partir d'une fiche déjà prête, et un message que le destinataire lit jusqu'au bout.

Exemple 8.2

Claire écrit au directeur technique d'un promoteur

Claire est gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Elle a préparé la fiche d'un promoteur de 30 personnes à Bordeaux Bastide : permis de construire déposé pour 64 logements à Floirac, trois programmes en conception en 2027, et un directeur technique qui veut « raccourcir les délais d'études », cité dans la presse le 5 novembre.

La première idée de Claire, et le message envoyé

Première idée

- Rebondir sur le chantier livré en retard
- Présenter le bureau d'études et ses 14 ingénieurs
- Proposer une réunion de présentation

Message envoyé

- Le permis de Floirac et les délais d'études
- Une preuve : trois semaines sur 48 logements
- Quinze minutes ou un planning type

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides la gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à
Mérignac.
Fiche : signal, permis de construire déposé pour 64 logements à Floirac (presse
régionale du 05/11/2026) ; fait, le directeur technique veut « raccourcir les délais
d'études » (même article) ; fait, trois programmes entrent en conception en 2027 (offre
d'emploi du 28/10/2026).
Écris un premier courriel de 90 mots environ en cinq phrases : signal ; hypothèse en
question sur les délais des études fluides ; cette preuve, sans rien ajouter : « sur un
programme de 48 logements à Mérignac en 2025, nous avons rendu les études thermiques et
fluides de l'avant-projet en trois semaines » ; demande faible ; rien d'autre.
Interdits : compliment, formule d'introduction, toute allusion au chantier livré en
retard, fait absent de la fiche, point d'exclamation.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour Monsieur [nom],

Vous avez déposé le permis de construire de 64 logements à Floirac et souhaitez, d'après la presse du 5 novembre, raccourcir les délais d'études. Avec trois programmes qui entrent en conception en 2027, les études fluides sont-elles le poste qui pèse le plus sur ces délais ?

Sur un programme de 48 logements à Mérignac en 2025, nous avons rendu les études thermiques et fluides de l'avant-projet en trois semaines.

Vingt minutes pour en parler vous seraient-elles utiles, ou préférez-vous recevoir le planning type que nous avions suivi ?

> **Ce qui en a été fait.** Claire remplace « Vingt minutes » par « Quinze minutes » pour s'en tenir à la demande faible de sa méthode. Le retard de 2025 n'apparaît nulle part.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Relis ce message comme le ferait un directeur technique pressé : y a-t-il une phrase
qui pourrait le gêner ou paraître intrusive ? Ne réécris pas, signale seulement.
```

RÉPONSE TYPE

« d'après la presse du 5 novembre » peut surprendre, mais il montre d'où vient l'information et évite l'impression de surveillance. Aucune autre phrase ne paraît intrusive. La question porte sur son projet, pas sur une faiblesse de son équipe.

> **Ce qui en a été fait.** Claire garde la mention de la presse : elle dit honnêtement où elle a lu le fait.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les trois faits retrouvés dans la fiche, avec leur source ; la preuve tirée de son propre dossier, client non nommé.
- Aucune allusion au chantier livré en retard, fait gênant gardé pour la conversation.
- Adresse du directeur technique trouvée sur le site du promoteur, source notée dans la phrase de refus.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : un quart d'heure pour un message qui s'appuie sur ce que le directeur technique a lui-même dit publiquement.

Exemple 8.3

Sophie écrit au gérant d'une PME de transport

Sophie est associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux, aux Chartrons. Elle écrit au gérant d'une PME de transport de voyageurs de 60 salariés à Mérignac, sans DRH, qui a remporté deux lignes scolaires et annonce une dizaine de recrutements de conducteurs d'ici l'été.

Le message de Sophie, du brouillon à l'envoi

9 h 00	9 h 04	9 h 08	9 h 12
Fiche relue	**Brouillon de l'IA**	**Relecture**	**Envoi**
Deux faits, un signal du 12/11.	80 mots, une déduction glissée.	« Sans DRH » retiré.	Depuis sa boîte, signature et refus.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux.
Fiche : signal, deux nouvelles lignes scolaires pour la rentrée 2027 et « une dizaine
de recrutements de conducteurs d'ici l'été » (presse régionale du 12/11/2026) ; fait,
un assistant RH et paie est recherché, rattaché au gérant (offre du 06/11/2026).
Écris un premier courriel de 80 mots environ en cinq phrases : signal ; hypothèse en
question ; cette preuve, sans rien ajouter : « nous avons organisé l'an dernier le
recrutement de 12 agents de quai pour un logisticien de 80 salariés à Cestas, en dix
semaines » ; demande faible ; rien d'autre.
Interdits : compliment, félicitations pour les nouvelles lignes, formule
d'introduction, fait absent de la fiche.
```

RÉPONSE TYPE

Bonjour Monsieur [nom],

Vous avez remporté deux lignes scolaires pour la rentrée 2027 et annoncez une dizaine de recrutements de conducteurs d'ici l'été. Sans DRH, et avec un assistant RH encore à recruter, qui portera ces dix recrutements au printemps ?

L'an dernier, nous avons organisé le recrutement de 12 agents de quai pour un logisticien de 80 salariés à Cestas, en dix semaines.

Un échange de quinze minutes vous serait-il utile, ou préférez-vous recevoir le rétroplanning que nous avions suivi ?

Ce qui en a été fait. Sophie s'arrête sur « Sans DRH » : la fiche le déduit de l'absence de DRH sur le site et de l'offre rattachée au gérant. Elle le transforme en « Avec un assistant RH encore à recruter », qui est sourcé.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Relis ce message : chaque affirmation sur le prospect figure-t-elle dans la fiche ci-
dessus ? Signale toute phrase qui affirme ce que la fiche ne dit pas.
```

RÉPONSE TYPE

« Sans DRH » n'est pas dans la fiche telle que fournie : c'est une déduction. Les lignes scolaires, la dizaine de recrutements et l'assistant RH à recruter y figurent.

Ce qui en a été fait. La version envoyée commence la question par « Avec un assistant RH encore à recruter, qui portera ces dix recrutements au printemps ? »

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Une déduction (« sans DRH ») repérée et retirée avant l'envoi.
- Pas de félicitations : le message parle de ce que les nouvelles lignes changent pour le gérant.
- Phrase de refus ajoutée : adresse relevée sur le site de la PME, refus d'un mot, lien vers les droits.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : douze minutes, et une affirmation hasardeuse retirée avant qu'elle ne fasse douter du reste.

Leçon 9 · 3 exemples

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

Exemple 9.1

La séquence de Sophie vers une PME de transport

Sophie est associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux, aux Chartrons. Le 24/11/2026, elle a écrit au gérant d'une PME de transport de voyageurs de 60 salariés à Mérignac, qui annonce une dizaine de recrutements de conducteurs d'ici l'été. Pas de réponse au bout de cinq jours.

La séquence de Sophie

24/11	30/11	07/12	10/12	12/01
Premier message	**Relance**	**LinkedIn**	**Réponse**	**Reprise à sa demande**
Dix recrutements de conducteurs.	La trame d'entretien d'une page.	Invitation sans note, acceptée.	« Recontactez-moi en janvier. »	Un seul message.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux.
Premier message envoyé le 24/11 : [collez le message].
Élément nouveau : nous avons une trame d'entretien de recrutement de conducteurs, une
page, que nous pouvons envoyer.
Écris la relance du 30/11, dans le même fil, 40 à 70 mots, avec ce seul élément
nouveau, et le message de clôture du 16/12, 30 à 50 mots.
Interdits : « je reviens vers vous », « avez-vous vu », « petit rappel », reproche,
fait absent du premier message.
```

RÉPONSE TYPE

Relance du 30/11 : « Bonjour Monsieur [nom], pour dix recrutements de conducteurs d'ici l'été, une trame d'entretien commune aide souvent à comparer les candidats. Nous en avons une d'une page, que nos clients transporteurs utilisent. Voulez-vous que je vous l'envoie ? »

Clôture du 16/12 : « Je ne vous écris plus à ce sujet. Si vos recrutements de printemps demandent un coup de main, ce fil reste le plus simple pour me joindre. Bonne fin d'année. »

Ce qui en a été fait. Sophie retire « que nos clients transporteurs utilisent » : elle n'a qu'un client transporteur, et l'affirmation au pluriel serait fausse.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Le gérant vient de répondre le 10/12, après une invitation LinkedIn acceptée : «
Recontactez-moi la deuxième semaine de janvier, je verrai plus clair. » La séquence
continue-t-elle ? Que dois-je noter, et que dois-je répondre en 30 mots ?
```

RÉPONSE TYPE

La séquence s'arrête : il a répondu et fixé la suite. La clôture du 16/12 ne part pas. Historique : 10/12/2026, LinkedIn, demande à être recontacté la semaine du 11/01/2027, prochaine action le 12/01. Réponse : « Merci, je note la deuxième semaine de janvier et ne vous écris pas d'ici là. Bonnes fêtes. »

Ce qui en a été fait. Sophie annule son rappel du 16/12 et en crée un pour le 12/01, 9 h.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- La relance relue le 30/11 au matin, après vérification qu'aucune réponse n'était arrivée.
- Une affirmation au pluriel corrigée avant l'envoi.
- Le message de clôture annulé dès la réponse du 10/12.

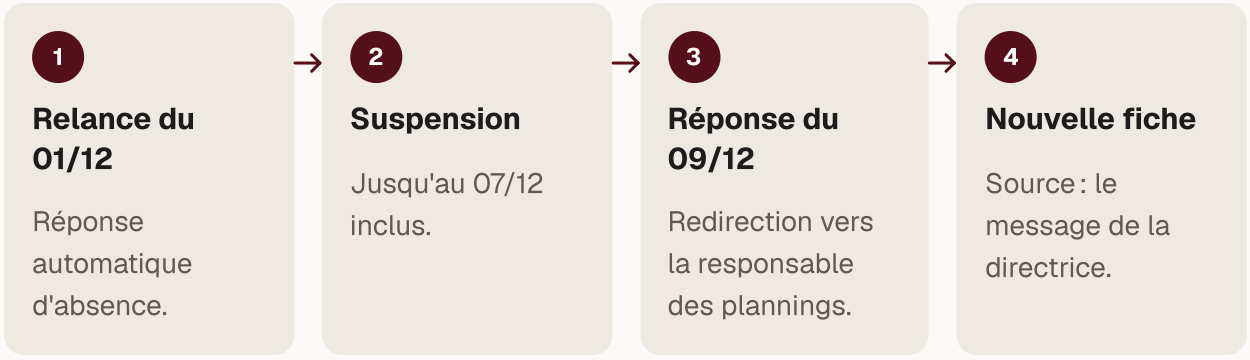
Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt minutes pour toute la séquence, et un rendez-vous de janvier obtenu sans un seul message de trop.

Exemple 9.2

Julien, une absence puis une redirection

Julien est commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac. Il a écrit le 25/11/2026 à la directrice d'une association d'aide à domicile de 120 salariés à Agen. Sa relance du 01/12 déclenche une réponse automatique : absente jusqu'au 07/12.

De la relance à la bonne interlocutrice



Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici la réponse automatique reçue à notre relance du 01/12 : « Je suis absente
jusqu'au lundi 7 décembre inclus. Pour toute urgence, contactez l'accueil. » Que
devient la séquence de quatre touches ? Recalcule les dates des touches restantes.
```

RÉPONSE TYPE

Catégorie : absence. La séquence est suspendue du 01/12 au 07/12 inclus. Les jours d'absence ne comptent pas. Touche 3 (téléphone, si le canal est permis) : le jeudi 10/12 plutôt que le 07/12, pour ne pas appeler le jour du retour. Touche 4 (clôture) : vers le 22/12. Rien n'est envoyé à l'accueil : ce n'est pas une urgence.

Ce qui en a été fait. Julien met le fil en attente jusqu'au 10/12 à 9 h et n'écrit pas à l'accueil.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Le 09/12, avant ma touche 3, la directrice répond : « Merci, mais c'est notre
responsable des plannings qui suit ce sujet, voyez avec elle. » Classe cette réponse,
dis ce que devient la séquence et propose ma réponse à la directrice, 30 mots au plus.
```

RÉPONSE TYPE

Catégorie : redirection vers un collègue. La séquence vers la directrice s'arrête. Pour la responsable des plannings, une nouvelle fiche et un nouveau premier message, qui cite la redirection comme source. Réponse à la directrice : « Merci, je prends contact avec votre responsable des plannings en mentionnant votre message. Bonne journée. »

Ce qui en a été fait. Julien demande à la directrice l'adresse de sa collègue dans le même message, plutôt que de la deviner.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Aucune touche envoyée pendant l'absence, aucune escalade vers l'accueil.
- La séquence vers la directrice close à sa réponse ; aucune clôture envoyée ensuite.
- L'adresse de la responsable des plannings demandée, pas devinée sur le modèle prénom.nom@.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : un appel inutile évité le jour du retour, et une introduction par la directrice qui vaut mieux qu'un message à froid.

Exemple 9.3

Une imprimerie de Bègles reçoit une opposition

Karim dirige une imprimerie de 18 salariés à Bègles. Il a écrit à la responsable communication d'un négociant en vins de 45 salariés à Bordeaux, à propos de son nouveau catalogue annoncé sur son site. À J+5, avant même la relance, la réponse tombe : « Merci, nous travaillons déjà avec un imprimeur. Merci de ne plus m'écrire. »

Deux façons de recevoir un refus

À éviter

- Laisser partir la relance prévue
- Supprimer la fiche sans garder le refus
- Revenir dans six mois par un collègue

Ce que fait Karim

- Séquence arrêtée aussitôt
- Confirmation en deux phrases
- Liste d'opposition à jour le jour même

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides le dirigeant d'une imprimerie de 18 salariés à Bègles.
Réponse reçue à notre premier message : « Merci, nous travaillons déjà avec un
imprimeur. Merci de ne plus m'écrire. »
Classe la réponse, dis ce que devient la séquence, propose une confirmation de deux
phrases sans argument commercial, et ce que je note dans la fiche.
```

RÉPONSE TYPE

Catégorie : opposition explicite. La séquence s'arrête définitivement ; l'adresse entre aujourd'hui dans la liste d'opposition. Confirmation : « C'est noté, vous ne recevrez plus de message de notre part. Merci de votre réponse. » Fiche : [date], courriel, opposition explicite, adresse inscrite dans la liste d'opposition le [date], aucune prochaine action.

> **Ce qui en a été fait.** Karim envoie la confirmation et coche la case opposition dans son CRM, qui bloque tout envoi vers cette adresse.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Un commercial de l'imprimerie propose de recontacter ce négociant dans six mois « avec une autre personne du service ». Est-ce compatible avec l'opposition reçue ? Réponds en trois phrases.
```

RÉPONSE TYPE

L'opposition vise la responsable communication et son adresse : elle ne recevra plus rien. Écrire à un autre salarié du négociant n'est pas interdit en soi, mais un message qui contourne un refus aussi net abîme la relation et risque une plainte. Notre conseil : ne rien tenter tant qu'aucun signal neuf ne vient du négociant lui-même.

> **Ce qui en a été fait.** Karim tranche : le compte sort de la liste de travail.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Confirmation envoyée le jour même, sans argument commercial.
- Adresse dans la liste d'opposition, consultée avant chaque import et chaque envoi.
- Fiche gardée avec la mention de l'opposition, pour qu'un futur fichier ne la fasse pas revenir.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : cinq minutes pour clore proprement, et aucun risque de réécrire par erreur à une personne qui a refusé.

Leçon 10 · 3 exemples

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

Exemple 10.1

Sophie renonce à l'automatisation et teste Sales Navigator

Sophie est associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux, aux Chartrons. Elle cible des dirigeants de PME de 20 à 150 salariés sans DRH. Elle prépare environ 45 comptes par mois avec son associée, et hésite entre une extension d'automatisation et Sales Navigator.

Les deux propositions faites à Sophie

Automatisation

- 300 invitations par mois, envoyées seules
- Contraire à la section 8.2
- Messages identiques
- Compte exposé à une restriction

Sales Navigator Core

- Alertes et prospects enregistrés
- Gestes faits par Sophie
- 14 comptes qualifiés apportés en un mois
- Environ 1 089 € par an en annuel

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes. Nous préparons environ
45 comptes par mois sur LinkedIn. Deux propositions nous sont faites : A, un outil qui
envoie seul 300 invitations par mois et relance automatiquement ; B, Sales Navigator
Core, environ 121 € par mois en mensuel ou 1 089 € par an (relevé du 19/11/2026, taxes
possiblement exclues). Compare A et B selon : conformité aux conditions d'utilisation
de LinkedIn (section 8.2), risque pour mon compte, temps gagné, image auprès des
dirigeants. Écris « à vérifier » quand tu n'es pas sûr.
```

RÉPONSE TYPE

A, automatisation : contraire à la section 8.2 (robots ou méthodes automatisées non autorisées pour ajouter des contacts ou envoyer des messages) ; risque de restriction du compte prévu par la section 3.4 ; temps gagné réel mais messages identiques, que les dirigeants reconnaissent ; à écarter.

B, Sales Navigator Core : conforme, vous agissez vous-même ; filtres, prospects enregistrés, alertes, 50 InMail par mois ; temps gagné sur la recherche, pas sur l'écriture ; à 45 comptes par mois, au-dessus du repère d'une quarantaine, l'abonnement peut se justifier. À vérifier : l'essai gratuit selon votre historique d'abonnement.

Ce qui en a été fait. Sophie vérifie qu'elle n'a eu ni Premium ni essai depuis plus d'un an, et lance l'essai de Core un lundi, pour mesurer un mois complet.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Propose-moi une grille de mesure simple pour décider, à la fin de l'essai, si nous gardons Sales Navigator : trois chiffres à relever chaque semaine, et la règle de décision.
```

RÉPONSE TYPE

Chaque semaine : 1. comptes ajoutés à la liste grâce aux alertes ou aux recherches enregistrées ; 2. temps passé à trouver un compte qualifié (moyenne sur cinq comptes) ; 3. réponses obtenues sur ces comptes. Règle : gardez l'abonnement si les alertes apportent au moins dix comptes qualifiés par mois que vous n'auriez pas trouvés seule, ou si le temps de recherche par compte baisse nettement.

Ce qui en a été fait. À la fin du mois, les alertes ont apporté 14 comptes qualifiés. Sophie garde Core en annuel.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Prix et conditions de l'essai relus sur la page de LinkedIn le jour de l'inscription.
- Aucune extension installée ; la règle « pas d'outil qui agit à notre place » écrite dans la fiche de méthode.
- Décision prise sur ses propres chiffres, pas sur un taux moyen du marché.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : un mois d'essai gratuit pour décider sur des chiffres, et un compte LinkedIn qui ne court aucun risque de restriction.

Exemple 10.2

Thomas prépare un appel par trois gestes sur LinkedIn

Thomas est chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens. Le responsable maintenance d'un site de plats cuisinés de 180 salariés dans les Landes n'a pas répondu à son premier courriel. À J+12, Thomas choisit LinkedIn pour sa troisième touche.

La troisième touche de Thomas

Lundi	Mardi	Jeudi	Vendredi
Consulter	**Commenter**	**Inviter**	**Écrire**
Profil et page du site.	Une question sur les astreintes.	Sans note, acceptée le soir.	52 mots, appel proposé.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Le responsable maintenance d'un site agroalimentaire a publié la semaine dernière sur
LinkedIn un texte sur la difficulté de recruter des techniciens en trois-huit. Propose
un commentaire de 40 mots au plus, utile, qui apporte une expérience ou une question,
sans mentionner notre entreprise ni notre offre.
```

RÉPONSE TYPE

« Sur les sites que nous suivons en Gironde, les candidats regardent d'abord le rythme des astreintes, avant le salaire. Avez-vous constaté la même chose, ou est-ce le trois-huit lui-même qui freine ? »

Ce qui en a été fait. Thomas trouve le commentaire juste mais retire « que nous suivons », qui ramène vers son entreprise : « Sur plusieurs sites de Gironde, les candidats regardent d'abord… »

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Il a répondu à mon commentaire et accepté mon invitation, envoyée sans note. Écris le
premier message, 60 mots au plus, sans lien, qui fait suite à notre échange sous sa
publication et propose un appel de dix minutes.
```

RÉPONSE TYPE

« Merci pour votre réponse sous votre publication. Vous disiez que le trois-huit freine les candidatures, alors que la deuxième ligne arrive en 2027. Si un échange de dix minutes sur la façon dont d'autres sites couvrent la préventive vous est utile, je vous appelle au moment qui vous convient. » (52 mots)

Ce qui en a été fait. Thomas envoie ce message : c'est la troisième touche de sa séquence, la seule qui propose un appel.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Profil consulté, commentaire publié, invitation sans note : trois gestes faits à la main, sur quatre jours.
- Le commentaire ne parle pas de l'offre de Thomas.
- Le message reprend seulement ce que la personne a écrit publiquement et ce que dit la fiche.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quinze minutes réparties sur une semaine, et un appel accepté par quelqu'un qui n'avait pas répondu au courriel.

Exemple 10.3

Une expert-comptable de Libourne réécrit son profil

Nathalie est expert-comptable associée d'un cabinet de 25 personnes à Libourne. Elle veut se faire connaître des gérants d'exploitations viticoles du Libournais. Son titre LinkedIn dit « Expert-comptable associée » et sa section Infos raconte son parcours depuis l'école.

Le profil de Nathalie

Avant

- « Expert-comptable associée »
- Un parcours depuis l'école
- Aucun acheteur nommé

Après

- Le problème réglé et pour qui
- 70 exploitations viticoles clientes
- Une invitation claire à écrire

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Tu aides l'associée d'un cabinet d'expertise comptable de 25 personnes à Libourne.
Nos acheteurs : gérants d'exploitations viticoles du Libournais, de 2 à 30 salariés.
Problème réglé : la comptabilité des stocks de vin et la préparation des dossiers de
financement.
Preuves : 70 exploitations viticoles clientes ; une équipe de 4 personnes dédiée à la
viticulture.
Titre actuel : « Expert-comptable associée ».
Propose trois titres (problème, pour qui, preuve), sans adjectif.
```

RÉPONSE TYPE

1. « Comptabilité et financement des exploitations viticoles du Libournais · 70 domaines clients · Expert-comptable associée »
2. « Stocks de vin, bilans et dossiers de financement des domaines viticoles · Équipe dédiée de 4 personnes à Libourne »
3. « Expert-comptable des exploitations viticoles, de 2 à 30 salariés · Libournais · 70 domaines suivis »

Ce qui en a été fait. Nathalie choisit le premier et vérifie le chiffre de 70 avec son associé : il compte bien les exploitations viticoles clientes, pas les dossiers.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Réécris ma section Infos en 120 mots au plus, en commençant par le gérant
d'exploitation, avec une situation type et une preuve. Aucun fait absent de ce que je
t'ai donné.
```

RÉPONSE TYPE

« Vous gérez une exploitation viticole du Libournais et votre bilan dépend de la valorisation de vos stocks ? Notre cabinet de Libourne suit 70 exploitations viticoles, avec une équipe de quatre personnes dédiée à la viticulture. Nous tenons votre comptabilité, valorisons vos stocks de vin et préparons vos dossiers de financement avec vous. Pour un premier échange sur votre prochain bilan, écrivez-moi ici. » (66 mots)

Ce qui en a été fait. La section est courte : Nathalie y ajoute une situation vécue (« la récolte qui arrive avant la clôture de l'exercice ») qu'elle peut défendre en rendez-vous.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les deux chiffres (70 exploitations, 4 personnes) vérifiés avec son associé.
- Aucun client nommé, aucun logo, aucun témoignage inventé.
- Le titre relu sur le téléphone : la première partie reste lisible même tronquée.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : trente minutes pour un profil qui dit en une ligne pour qui elle travaille, avant toute invitation.

Leçon 11 · 3 exemples

Préparer et mener un appel de prospection de dix minutes

Exemple 11.1

Thomas et la conserverie des Landes

Thomas est chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens. Sa fiche porte sur une conserverie de 160 salariés près de Mont-de-Marsan, dont l'offre de technicien de maintenance est en ligne depuis le 22 septembre. Son courriel du 10 novembre est resté sans réponse ; la séquence prévoit un appel à J+12, un mardi matin.

De la fiche au rendez-vous

Lundi 23/11, 17 h	Mardi, 9 h 30	Mardi, 9 h 50	Mardi, 10 h	Mardi, 10 h 05
Trame en cinq lignes	**Trois répétitions vocales**	**L'appel, 9 minutes**	**Historique rempli**	**Invitation envoyée**
Tirée de la fiche, une question supposée retirée.	De 8 à 10 sur 10.	Accueil, ouverture, deux questions, preuve, demande.	Quatre lignes, rien d'ajouté.	Visite du 1er décembre, compte à l'étape « rendez-vous ».

Échange 1 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides un chargé de développement à préparer un appel de prospection B2B de
dix minutes.
Contexte : fiche compte, sans coordonnées. Compte : conserverie, 160 salariés selon le
site, près de Mont-de-Marsan. Signal : offre de technicien de maintenance, publiée le
22/09/2026 sur le site de l'usine, toujours en ligne le 18/11/2026. Faits : deux lignes
d'autoclaves citées dans l'offre ; « maintenance préventive » listée parmi les
missions. Angle : la préventive tient-elle pendant la vacance du poste ? Notre offre :
maintenance préventive et dépannage, techniciens détachés à la semaine. Cas citable :
un site agroalimentaire de 200 salariés en Gironde, deux techniciens détachés trois
mois en 2025 pendant un recrutement, aucune visite préventive sautée.
Tâche : la trame en cinq lignes (ouverture, raison, deux questions, preuve, demande
avec deux créneaux), puis la phrase de refus.
```

```
Format : cinq lignes de 30 mots au plus, seulement les faits donnés, [à vérifier] si un fait manque.
```

RÉPONSE TYPE

1. Ouverture : « Bonjour Monsieur [Nom], Thomas [Nom], de [entreprise], maintenance industrielle à Bassens. Je vous appelle au sujet de votre offre de technicien. Avez-vous deux minutes, ou préférez-vous que je rappelle ? »
2. Raison : « L'offre est en ligne depuis le 22 septembre ; elle cite la préventive de vos deux lignes d'autoclaves. »
3. Questions : « Comment tenez-vous la préventive en attendant le recrutement ? » ; « Qu'est-ce qui a sauté en premier depuis septembre ? »
4. Preuve : « Un site agroalimentaire de 200 salariés en Gironde : deux techniciens détachés trois mois en 2025, aucune visite préventive sautée. »
5. Demande : « Trente minutes sur site pour voir les autoclaves : mardi 1er ou jeudi 3 décembre, à 9 h ? »

Refus : « Entendu, je le note : vous ne serez plus contacté par nous. »

Ce qui en a été fait. Thomas raye « qu'est-ce qui a sauté en premier », qui suppose un retard que rien ne prouve, et le remplace par « Où en est la préventive des autoclaves depuis septembre ? ». Il recopie la trame sur une fiche cartonnée.

Échange 2 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Joue le rôle d'un responsable maintenance d'une conserverie de 160 salariés dans les Landes. Tu es pressé, tu as déjà un prestataire pour l'électricité, tu reçois plusieurs appels commerciaux par semaine. Je t'appelle. Oppose-moi deux objections. N'accepte un rendez-vous que si je pose une vraie question sur ton activité. À « fin du jeu », note mon ouverture sur 10 selon cinq critères, en citant mes mots.
```

RÉPONSE TYPE

« Oui, allô. J'ai deux minutes, pas plus. » … « Nous avons déjà un prestataire, vous savez. » … « Envoyez-moi plutôt un mail. »

Fin du jeu. Identité et entreprise : dites. Raison : claire, l'offre d'emploi citée avec sa date. Durée : « deux minutes », demandée. Question avant l'argument : non, vous avez présenté vos techniciens détachés avant de demander où en était la préventive. Liberté de refuser : offerte. 8 sur 10. Essayez : « Où en est la préventive des autoclaves depuis septembre ? » avant de parler de votre offre.

Ce qui en a été fait. Il rejoue deux fois en mode vocal, dans sa voiture garée, et monte à 10 sur 10 à la troisième. Il note la réponse à « envoyez-moi un mail » qu'il a le mieux dite.

Échange 3 sur 3

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu mets en forme des notes d'appel. Notes, interlocuteur désigné par sa fonction : « mar. 24/11 9 h 50, 9 min, transféré par l'accueil. Resp. maintenance : poste pas pourvu, 1 candidat en janvier. Préventive autoclave ligne 2 décalée 2 fois depuis oct. Prestataire actuel = électricité seulement. OK visite 30 min mardi 1/12 9 h. Veut le planning type d'un détachement. » Tâche : la case Historique en quatre lignes (date,
```

```
canal, durée ; ce qui a été dit ; prochaine action datée ; opposition). Rien que mes
notes ; « non noté » si une information manque.
```

RÉPONSE TYPE

1. 24/11/2026, téléphone, 9 min, transféré par l'accueil.
2. Poste de technicien non pourvu, un candidat attendu en janvier ; préventive de l'autoclave de la ligne 2 décalée deux fois depuis octobre ; prestataire actuel pour l'électricité seulement.
3. Visite de 30 min le mardi 01/12/2026 à 9 h ; envoyer l'invitation et le planning type d'un détachement.
4. Opposition : non.

> **Ce qui en a été fait.** Thomas vérifie chaque ligne contre ses notes : rien d'ajouté. Il envoie l'invitation à 10 h 05 et passe le compte à l'étape « rendez-vous ».

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les faits : la date de l'offre et les deux lignes d'autoclaves relues sur la page de l'usine la veille de l'appel.
- La preuve : le cas girondin cité sans nom, avec l'accord du client, et un résultat que Thomas peut détailler.
- Le droit : appel à une fonction en rapport avec l'objet, numéro de l'entreprise affiché, refus offert dès l'ouverture.
- La note : relue ligne par ligne contre les notes brutes avant l'envoi de l'invitation.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quinze minutes de préparation et de répétition, un appel de neuf minutes, et un rendez-vous sur site là où un courriel était resté sans réponse.

Exemple 11.2

Claire, un promoteur de Bordeaux Bastide, et les appels qu'elle ne passe pas

Claire est gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Elle veut appeler le directeur technique d'un promoteur de 30 personnes à Bordeaux Bastide, qui vient de déposer deux permis de construire. Le même jour, un salarié lui propose d'appeler les propriétaires d'un lotissement pour vendre des audits énergétiques.

L'ouverture de Claire, avant et après

Avant

- Prénom seul, entreprise absente
- « Très reconnu », invérifiable
- Six métiers énumérés
- Aucune raison d'appeler ce promoteur

Après

- Prénom, nom, entreprise, ville
- Les deux permis, datés et vérifiés
- Deux minutes demandées
- La liberté de refuser offerte

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu relis des ouvertures d'appel de prospection B2B.
Contexte : voici mon ouverture : « Bonjour, je suis Claire, je travaille dans un bureau
d'études très reconnu dans la région, spécialisé en fluides, en thermique, en RE2020,
en audits, en suivi de chantier, et je voulais vous présenter nos services qui
pourraient vous intéresser pour vos futurs projets. »
Tâche : dis ce qui manque parmi : nom et entreprise, raison précise d'appeler cette
personne, durée demandée, liberté de refuser. Puis réécris l'ouverture en 50 mots au
plus, avec [crochets] pour ce que je dois compléter.
Format : une liste des manques, puis l'ouverture réécrite.
```

RÉPONSE TYPE

Manques : le nom de famille et le nom de l'entreprise ; aucune raison propre à ce promoteur ; aucune durée demandée ; aucune liberté de refuser ; « très reconnu » est une affirmation invérifiable.

Ouverture réécrite : « Bonjour Monsieur [Nom], Claire [Nom], de [bureau d'études], fluides et thermique à Mérignac. Je vous appelle parce que vous avez déposé deux permis à [commune] en [mois]. Avez-vous deux minutes, ou préférez-vous que je rappelle ? »

Ce qui en a été fait. Claire vérifie les deux permis sur l'affichage légal en ligne de la commune et note leur date dans la case Le signal avant de garder la phrase.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Joue le directeur technique d'un promoteur de 30 personnes à Bordeaux, qui travaille
depuis dix ans avec le même bureau d'études. Je t'appelle. Oppose-moi « nous avons déjà
notre bureau d'études ». À « fin du jeu », dis si ma réponse à cette objection était
honnête, et propose une version de deux phrases.
```

RÉPONSE TYPE

« Nous travaillons avec le même bureau d'études depuis dix ans, ça se passe bien. » … Fin du jeu. Votre réponse critiquait implicitement le bureau en place (« vous pourriez être mieux suivi »). Version proposée : « C'est une

bonne raison de ne pas changer. Il nous arrive d'intervenir en second bureau quand un calendrier se tend ; si cela se présente sur l'un de vos deux permis, puis-je vous laisser mes coordonnées ? »

Ce qui en a été fait. Elle garde la version proposée : elle ne promet rien, ne dénigre personne, et laisse une porte ouverte que le directeur choisit d'ouvrir ou non.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Le droit : un directeur technique joint sur le numéro de l'entreprise, objet lié à sa fonction ; aucun appel aux particuliers du lotissement, secteur interdit au démarchage téléphonique.
- Les faits : les deux permis vérifiés sur la source publique de la commune, avec leur date.
- Le ton : aucune critique du bureau d'études en place, aucune qualité invérifiable dans l'ouverture.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt minutes pour une ouverture conforme et une réponse honnête à l'objection la plus fréquente de sa cible, réutilisables pour chaque promoteur.

Exemple 11.3

Nathalie, l'accueil d'une cave coopérative et un refus bien noté

Nathalie dirige une imprimerie de 12 personnes à Bègles. Elle prospecte les caves coopératives de l'Entre-deux-Mers pour leurs étiquettes et leurs coffrets de fin d'année. Ce jeudi, elle appelle une cave de 45 salariés près de Créon, dont le site annonce une nouvelle gamme pour le printemps, puis une seconde cave de 30 salariés.

Deux caves, deux suites

1. **Accueil de la cave de Créon** — Nature de l'appel dite, nom et créneau obtenus.
2. **Note de la source** — « Donné par l'accueil le 19/11 ».
3. **Seconde cave** — Refus de tout démarchage, en une minute.
4. **Opposition notée** — Fiche et tableur, tous canaux, avant l'appel suivant.
5. **Lundi 14 h 15** — Rappel de la responsable marketing de la première cave.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu m'aides à préparer le passage de l'accueil pour un appel de prospection B2B.
Contexte : je dirige une imprimerie de 12 personnes à Bègles. J'appelle une cave
coopérative de 45 salariés de l'Entre-deux-Mers ; son site annonce une nouvelle gamme
de vins pour le printemps 2027. Je ne connais pas le nom du responsable marketing.
Tâche : écris la phrase à dire à l'accueil, puis la réponse si l'accueil répond «
envoyez un mail à l'adresse du site ».
Format : deux phrases de 35 mots au plus chacune, sans rien qui cache la nature
commerciale de l'appel.
```

RÉPONSE TYPE

À l'accueil : « Nathalie [Nom], imprimerie [nom] à Bègles. J'appelle au sujet des étiquettes de votre nouvelle gamme du printemps : qui s'occupe de l'étiquetage chez vous, et quel est le bon moment pour le joindre ? »
Si l'accueil propose l'adresse du site : « Volontiers. Pour que le message arrive à la bonne personne, puis-je mettre son nom dans l'objet, ou préférez-vous le lui transmettre vous-même ? »

> **Ce qui en a été fait.** L'accueil lui donne le prénom et la fonction de la responsable marketing, et un créneau : lundi après 14 h. Nathalie note « fonction et créneau donnés par l'accueil le 19/11 » dans la case L'interlocuteur.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu mets en forme des notes d'appel. Notes, sans nom : « jeu. 19/11 15 h 10, 1
min. Seconde cave, 30 salariés. Directeur : “Nous ne voulons plus être démarchés par
téléphone ni par mail. Retirez-nous.” » Tâche : la case Historique en quatre lignes
(date, canal, durée ; ce qui a été dit ; prochaine action ; opposition avec ses mots
exacts). Rien que mes notes.
```

RÉPONSE TYPE

1. 19/11/2026, téléphone, 1 min.
2. Le directeur refuse tout démarchage, par téléphone et par courriel.
3. Prochaine action : aucune.
4. Opposition : oui, « Nous ne voulons plus être démarchés par téléphone ni par mail. Retirez-nous. »

> **Ce qui en a été fait.** Nathalie coche aussi la case opposition dans son tableur de suivi, ce qui retire la cave de sa séquence de courriels avant le message prévu lundi.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Le droit : nature commerciale dite dès l'accueil, refus du second directeur noté avec ses mots, retrait de tous les canaux.
- Les faits : la nouvelle gamme lue sur le site de la cave le matin même ; le prénom et le créneau notés avec leur source.
- La suite : rappel de la première cave inscrit lundi à 14 h 15, aucune action pour la seconde.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : deux appels en vingt minutes, un nom et un créneau obtenus honnêtement, et aucun courriel envoyé par erreur à une cave qui avait refusé.

Leçon 12 · 3 exemples

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

Exemple 12.1

Julien prépare le sous-domaine de son outil de séquence

Julien est commercial d'un éditeur de logiciel de planification de 22 personnes à Pessac. Son équipe envoie depuis Google Workspace sur exemple.fr. Avant de brancher un outil de séquence, il veut un domaine propre et un sous-domaine prêt, sans attendre que l'informaticien de passage ait le temps.

La semaine de configuration de Julien

Lundi	Lundi soir	Mercredi	Jeudi	Lundi suivant
Relecture des enregistrements	**Domaine principal corrigé**	**Sous-domaine publié**	**Message de test**	**15 messages par jour**
Deux SPF, pas de DKIM, pas de DMARC.	Un SPF, clé DKIM générée, DMARC à p=none.	SPF et DKIM de l'outil sur contact.exemple.fr.	Trois pass, en-têtes de désinscription présents.	Début du préchauffage.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu relis la configuration d'envoi de courriels d'une PME.
Contexte : nous envoyons depuis Google Workspace, et bientôt depuis un outil de
séquence sur contact.exemple.fr. Enregistrements actuels : exemple.fr TXT « v=spf1
include:_spf.google.com ~all » ; exemple.fr TXT « v=spf1 include:[include de l'ancien
outil] ~all » (outil abandonné en 2025) ; pas de google._domainkey ; pas de _dmarc.
Tâche : dis ce qui manque ou pose problème, domaine principal puis sous-domaine.
Format : un tableau (contrôle ; constat ; correction ; documentation à consulter). Pour
toute valeur à publier, renvoie à la documentation de l'éditeur.
```

RÉPONSE TYPE

SPF ; deux enregistrements v=spf1 ; un seul est permis, garder celui de Google et retirer l'include de l'outil abandonné ; aide de Google Workspace.

DKIM ; aucune clé publiée ; générer la clé dans la console d'administration, rubrique d'authentification des e-mails de Gmail, puis la publier ; aide de Google Workspace.

DMARC ; absent ; publier v=DMARC1; p=none; rua=mailto:[adresse de rapports] ; aide de Google Workspace.

Sous-domaine ; rien de publié ; SPF et DKIM propres à contact.exemple.fr, valeurs données par l'outil ; aide de l'outil de séquence.

Ce qui en a été fait. Julien vérifie chaque correction dans l'aide de Google Workspace avant de toucher au DNS, et récupère les valeurs du sous-domaine dans l'aide de l'outil, pas dans la réponse de l'IA.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Lis ces en-têtes d'un message de test envoyé par l'outil, et dis pour SPF, DKIM et
DMARC le résultat, le domaine contrôlé et l'alignement avec le From. Vérifie aussi que
List-Unsubscribe et List-Unsubscribe-Post sont présents et figurent dans la liste h= de
la signature DKIM. Écris « absent de l'en-tête » si une information manque.
[en-têtes collés : Authentication-Results: mx.google.com; dkim=pass
header.i=@contact.exemple.fr header.s=[sélecteur]; spf=pass
smtp.mailfrom=julien@contact.exemple.fr; dmarc=pass (p=NONE)
header.from=contact.exemple.fr / DKIM-Signature: v=1; a=rsa-sha256;
d=contact.exemple.fr; s=[sélecteur]; h=from:to:subject:date:list-unsubscribe:list-
unsubscribe-post; ... / List-Unsubscribe:
<https://contact.exemple.fr/desinscription/[jeton]> / List-Unsubscribe-Post: List-
Unsubscribe=One-Click]
```

RÉPONSE TYPE

SPF : pass, contact.exemple.fr, aligné. DKIM : pass, contact.exemple.fr, aligné. DMARC : pass, politique none héritée ou publiée, l'en-tête ne permet pas de dire laquelle. List-Unsubscribe : présent, adresse en https. List-Unsubscribe-Post : présent, valeur List-Unsubscribe=One-Click. Les deux figurent dans h= : list-unsubscribe et list-unsubscribe-post.

Ce qui en a été fait. Il apprécie la phrase sur la politique héritée : l'IA ne prétend pas savoir ce que l'en-tête ne dit pas. Il garde la capture du test dans le dossier de l'outil.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les valeurs publiées viennent de l'aide de Google Workspace et de celle de l'outil, jamais de la réponse de l'IA.
- Le message de test, ouvert dans Gmail par « Afficher l'original », montre les trois contrôles à pass.
- Les en-têtes de désinscription sont présents et couverts par la signature DKIM.
- Le premier rapport DMARC, reçu après quelques jours, ne montre que Google et l'outil.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure et demie de configuration et de test, au lieu de découvrir trois semaines plus tard que la moitié des messages partaient en indésirables.

Exemple 12.2

Sophie vérifie sa boîte Microsoft 365

Sophie est associée d'un cabinet de conseil RH de 5 personnes à Bordeaux (Chartrons), sous Microsoft 365 avec le domaine du cabinet, ici exemple.fr. Elle écrit une douzaine de premiers messages par semaine à des dirigeants de PME. Deux prospects lui ont dit ne pas avoir reçu son message.

L'en-tête de Sophie, avant et après

Avant

- spf=pass, aligné
- Aucune signature DKIM
- dmarc=none : pas d'enregistrement
- Le message tient à un seul contrôle

Après

- spf=pass, aligné
- dkim=pass pour exemple.fr
- dmarc=pass, politique none
- Rapports DMARC reçus chaque jour

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides une PME à vérifier l'authentification d'un courriel.
Contexte : voici les en-têtes d'un message envoyé depuis Microsoft 365 vers une adresse
Gmail personnelle : « Authentication-Results: mx.google.com; spf=pass (google.com:
domain of sophie@exemple.fr designates 203.0.113.25 as permitted sender)
smtp.mailfrom=sophie@exemple.fr; dmarc=none header.from=exemple.fr ». Aucune ligne
DKIM-Signature.
Tâche : pour SPF, DKIM et DMARC, le résultat, le domaine contrôlé, l'alignement.
Format : un tableau, chaque ligne citée mot pour mot ; « absent de l'en-tête » si rien.
```

RÉPONSE TYPE

SPF ; pass ; exemple.fr ; aligné oui ; « spf=pass … smtp.mailfrom=sophie@exemple.fr ».

DKIM ; absent de l'en-tête ; aucun ; sans objet ; aucune ligne dkim= ni DKIM-Signature.

DMARC ; none ; exemple.fr ; sans objet ; « dmarc=none header.from=exemple.fr » : aucun enregistrement DMARC n'a été trouvé pour ce domaine.

Ce qui en a été fait. Sophie comprend que son message ne tient qu'à SPF. Microsoft le dit dans sa documentation : un domaine personnalisé n'est pas signé en DKIM tant qu'il n'est pas configuré.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu m'aides à préparer une modification DNS.
Contexte : cabinet de 5 personnes sous Microsoft 365, domaine exemple.fr, SPF déjà à «
v=spf1 include:spf.protection.outlook.com -all ». Je vais activer DKIM dans le portail
```

```
Microsoft Defender et publier DMARC.
Tâche : liste les étapes dans l'ordre, et écris l'enregistrement DMARC de départ.
Format : six étapes au plus, puis l'enregistrement. Pour les valeurs des CNAME DKIM,
renvoie au portail au lieu de les inventer.
```

RÉPONSE TYPE

1. Dans le portail Microsoft Defender, ouvrez les paramètres d'authentification des e-mails, onglet DKIM, et sélectionnez exemple.fr.
2. Relevez les deux CNAME affichés, selector1._domainkey et selector2._domainkey, avec leurs valeurs.
3. Créez-les chez votre registraire, valeurs recopiées telles quelles.
4. Revenez au portail et activez la signature DKIM du domaine.
5. Publiez DMARC : _dmarc.exemple.fr TXT « v=DMARC1; p=none; rua=mailto:dmarc@exemple.fr ».
6. Renvoyez-vous un message de test vers Gmail et relisez l'en-tête.

> **Ce qui en a été fait.** Elle suit les étapes avec la page de Microsoft ouverte à côté, publie les CNAME le soir et active la signature le lendemain matin.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les noms et valeurs des CNAME viennent du portail Microsoft Defender, recopiés sans retouche.
- Le nouveau test montre dkim=pass pour exemple.fr et dmarc=pass.
- Aucun mot de passe du registraire ni de Microsoft 365 n'a été collé dans l'IA.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quarante minutes réparties sur deux jours, pour un domaine qui ne repose plus sur un seul contrôle.

Exemple 12.3

Hélène, une invitation à 320 clients et une plainte de trop

Hélène est responsable du développement d'un cabinet d'expertise comptable de 18 personnes à Libourne. Elle invite les 320 entreprises clientes du cabinet à une matinée sur la facturation électronique, par un outil d'emailing branché sur un sous-domaine. Elle veut vérifier l'envoi avant, puis lire les résultats après.

Une invitation, avant et après l'envoi



Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Lis ces en-têtes d'un message de test de mon outil d'emailing : dis si List-Unsubscribe
contient une adresse en https, si List-Unsubscribe-Post vaut List-Unsubscribe=One-
Click, et si les deux figurent dans la liste h= de la signature DKIM. Écris « absent de
l'en-tête » si une information manque.
[en-têtes collés : List-Unsubscribe: <mailto:desinscription@lettre.exemple.fr> / DKIM-
Signature: d=lettre.exemple.fr; h=from:to:subject:date:list-unsubscribe; ...]
```

RÉPONSE TYPE

List-Unsubscribe : présent, mais seulement une adresse mailto, aucune adresse en https. List-Unsubscribe-Post : absent de l'en-tête. Signature DKIM : list-unsubscribe figure dans h=, list-unsubscribe-post absent puisque l'en-tête n'existe pas. La désinscription en un clic au sens de la RFC 8058 n'est pas en place.

Ce qui en a été fait. Hélène trouve dans les réglages de l'outil l'option de désinscription en un clic, désactivée. Elle l'active et refait le test : les deux en-têtes apparaissent.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Calcule, en montrant chaque calcul, les taux de cet envoi et dis lequel m'alerte le
plus : 320 messages envoyés, 4 rebonds, 6 désinscriptions, 1 signalement comme spam
remonté par l'outil, 41 réponses ou inscriptions à la matinée.
```

RÉPONSE TYPE

Rebonds : 4 / 320 = 1,25 %. Désinscriptions : 6 / 320 = 1,9 %. Plaintes : 1 / 320 = 0,31 %. Inscriptions ou réponses : 41 / 320 = 12,8 %. Le taux qui alerte le plus est celui des plaintes : 0,31 % dépasse 0,3 %, alors qu'un seul client a cliqué sur « spam ».

> **Ce qui en a été fait.** Elle refait les divisions à la calculette, retire les 4 adresses en rebond et les 6 désinscrits le jour même, et note que la prochaine invitation partira en deux vagues, aux clients suivis par chaque collaborateur, avec son nom en signature.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- La désinscription en un clic a été vérifiée dans l'original d'un message de test, pas seulement dans les réglages.
- Les taux ont été recalculés à la main avant d'en tirer une conclusion.
- Les six désinscriptions et les rebonds sont sortis de la liste le jour même, comme le recommande Google (48 heures au plus).

Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt minutes de contrôle avant et après l'envoi, et une leçon sur la taille des listes qui vaut pour toutes les invitations suivantes.

Leçon 13 · 3 exemples

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

Exemple 13.1

Julien passe de son tableur au CRM gratuit de HubSpot

Julien, commercial d'un éditeur de logiciel de planification de 22 personnes à Pessac, partage désormais la prospection avec un collègue. Leur tableur de 140 comptes a des doublons et un refus a été relancé par erreur. Ils passent au CRM gratuit de HubSpot, à deux utilisateurs.

Du tableur au CRM

1 Champs proposés — Par l'IA, relus, un champ ajouté.

→

2 Propriétés créées — Opposition, source, dernier contact.

→

3 Doublons repérés — Par le SIREN, fusionnés à la main.

→

4 Import — 140 comptes, étape et tâche pour chacun.

→

5 Vues — « À contacter » et « Opposition ».

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides une PME à paramétrer un CRM de prospection B2B conforme au RGPD.
Contexte : fiche compte en huit cases (le compte, pourquoi lui, le signal,
l'interlocuteur, les faits vérifiés, l'angle, le canal permis, l'historique). 140
comptes, 2 utilisateurs, HubSpot gratuit. Cible : directeurs de services d'aide à
domicile en Nouvelle-Aquitaine et Occitanie.
Tâche : les propriétés à créer en plus des champs standard, puis les étapes.
Format : un tableau (propriété ; type ; obligatoire ; source attendue ; conservation),
puis les étapes avec leur condition d'entrée. Une propriété « Source de la coordonnée
», une « Date du dernier contact venant de la personne », une case « Opposition » avec
date et mots. Conservation : seulement « trois ans après le dernier contact venant de
la personne » ou « au moins trois ans pour la liste d'opposition ».
```

RÉPONSE TYPE

Code NAF ; texte ; oui ; Annuaire des Entreprises ; trois ans après le dernier contact venant de la personne.

Signal ; texte et adresse web ; oui ; page relevée, avec sa date ; idem.

Source de la coordonnée ; liste (site, accueil, carte de visite, réponse) ; oui ; votre relevé ; idem.

Date du dernier contact venant de la personne ; date ; oui ; historique ; sert au calcul des trois ans.

Étape de prospection ; liste des sept étapes ; oui ; vous ; idem.

Opposition à la prospection ; case à cocher ; non ; la personne ; au moins trois ans pour la liste d'opposition.

Date et mots de l'opposition ; date et texte ; si opposition ; la personne ; idem.

Étapes : à qualifier (source licite), à préparer (critères vérifiés), contacté (premier message), en conversation (réponse autre qu'un refus), rendez-vous (date fixée), en sommeil (refus ou silence, date de fin), opposition (refus d'être sollicité).

Ce qui en a été fait. Julien garde la liste, ajoute « Canal permis » (liste : courriel professionnel, téléphone, LinkedIn) que l'IA avait oublié, et crée les propriétés en une demi-heure avec la page d'aide de HubSpot ouverte.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Voici quatre lignes de notre ancien tableur, interlocuteurs désignés par leur fonction.
Dis lesquelles sont des doublons d'un même compte, en citant le SIREN ou la raison
sociale qui le montre. Ne fusionne rien toi-même.
[lignes collées : 1. Association d'aide à domicile, SIREN [A], Agen, directrice ; 2.
Assoc. aide à domicile d'Agen, SIREN [A], Agen, directrice ; 3. Entreprise d'aide à
domicile, SIREN [B], Pau, gérant ; 4. Entreprise d'aide à domicile, SIREN [C], Pau,
gérante]
```

RÉPONSE TYPE

Lignes 1 et 2 : même SIREN [A], même ville, même fonction : doublon probable, à fusionner après vérification de l'historique de chacune. Lignes 3 et 4 : SIREN différents [B] et [C] : deux comptes distincts malgré la même ville et le même secteur.

Ce qui en a été fait. Le SIREN fait office de clé : Julien l'impose comme propriété obligatoire avant l'import, comme le recommande la leçon sur l'alimentation du CRM sans ressaisie.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les propriétés créées correspondent aux huit cases, sans champ sur la vie privée.
- Les deux durées de conservation sont celles du référentiel de la CNIL, relues sur sa page.
- La vue « À contacter » exclut les oppositions ; le refus de Toulouse y est absent.
- Les doublons sont fusionnés à la main, après lecture des deux historiques.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une demi-journée de paramétrage et d'import, puis plus aucune relance envoyée à quelqu'un qui a refusé, ni deux commerciaux sur le même compte.

Exemple 13.2

La revue du lundi de Thomas

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, suit 45 comptes de sites agroalimentaires et chimiques dans Pipedrive. Lundi 23/11 à 8 h 30, il fait sa revue avant ses appels de la matinée.

Lundi matin, de 8 h 30 à 9 h

8 h 30	8 h 35	8 h 45	8 h 50	8 h 55
Export des comptes actifs	**Opposition de Lacq**	**Laiterie sans tâche**	**Tâche en retard**	**Vingt comptes à préparer**
Sans nom de personne.	Relance du 26/11 supprimée.	Deux tâches tirées de la note d'appel.	Planning type envoyé à la conserverie.	La réserve de la semaine.

Échange 1 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Rôle : tu aides un chargé de développement à faire sa revue hebdomadaire.
Contexte : voici l'export de mes comptes actifs, sans nom de personne : [colonnes :
compte décrit par secteur, taille et ville ; étape ; prochaine tâche ; date de la tâche
; opposition ; dernière note]. Aujourd'hui : lundi 23/11/2026.
Tâche : liste dans cet ordre : 1. les comptes avec opposition qui ont encore une tâche
ou une séquence ; 2. les comptes actifs sans tâche ; 3. les tâches en retard ; 4. les
sommeils échus.
Format : quatre listes, chaque ligne avec le compte et la cellule de l'export qui le
justifie. Ne propose aucune action pour les comptes en opposition, sauf « retirer de la
séquence ».
```

RÉPONSE TYPE

1. Chimie, 300 salariés, Lacq : opposition « oui » (19/11), tâche « relance courriel 26/11 » encore active : retirer de la séquence.
2. Laiterie, 90 salariés, Deux-Sèvres : étape « en conversation », aucune tâche.
3. Conserverie, 160 salariés, Landes : « envoyer planning type », prévue le 20/11.
4. Aucun sommeil échu cette semaine.

Ce qui en a été fait. La relance vers le site de Lacq serait partie mercredi. Thomas la supprime, vérifie l'opposition, puis donne à la laiterie la tâche « rappel début février, date à proposer par écrit » tirée de sa note d'appel.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici l'historique de la laiterie de 90 salariés, interlocuteur désigné par sa fonction
: [« 19/11, appel 8 min : technicien parti en septembre, intérim jusqu'au 31/12, budget
2027 voté en février ; rappelez-moi début février ; envoyez une page sur vos
détachements »]. Aujourd'hui : 23/11/2026. Donne l'étape et la prochaine action datée,
et cite la phrase qui la justifie. Une date donnée par la personne fait foi.
```

RÉPONSE TYPE

Étape : en conversation. Prochaine action : envoyer cette semaine la page sur les détachements, puis rappel la première semaine de février 2027, à confirmer par écrit avec le responsable maintenance. Phrase citée : « rappelez-moi début février ; envoyez une page sur vos détachements ».

Ce qui en a été fait. Thomas crée deux tâches : l'envoi le 24/11, le rappel le 02/02/2027. Il ne retient pas de date plus précise que celle donnée.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- L'opposition du site de Lacq est vérifiée dans la note d'appel du 19/11, mots compris.
- Chaque tâche créée renvoie à une phrase de l'historique.
- L'export collé dans l'IA ne contient aucun nom ni coordonnée.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : vingt-cinq minutes de revue, une relance évitée vers une personne qui avait refusé, et aucun compte actif sans suite.

Exemple 13.3

La purge annuelle d'un menuisier de Pessac

Didier dirige une menuiserie de 3 personnes à Pessac. Il prospecte des architectes d'intérieur et des agences immobilières de la métropole, et suit 64 contacts dans un tableur Excel depuis 2021. Début janvier, il fait sa première purge.

Le tableur de Didier, avant et après la purge

Avant

- 64 contacts depuis 2021
- Aucune date de dernier contact
- Oppositions mêlées aux autres
- Personne ne sait quoi garder

Après

- Les contacts récents gardés
- Une colonne de dernier contact
- Un onglet d'opposition à part
- Une date de purge chaque janvier

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides un artisan à appliquer la conservation des données de prospects.
Contexte : voici mon tableau, sans nom ni coordonnée, une ligne par contact : [colonnes
: n° de ligne ; type de compte ; date de collecte ; date du dernier contact venant de
la personne ; opposition oui ou non ; date de l'opposition]. Aujourd'hui : 05/01/2027.
Règles : données d'un prospect gardées trois ans à compter de la collecte ou du dernier
contact venant de lui ; au terme, une prise de contact possible, puis suppression sans
réponse positive ; liste d'opposition gardée au moins trois ans.
Tâche : classe chaque ligne : à garder, à recontacter une fois, liste d'opposition.
Format : un tableau (n° de ligne ; classement ; date qui le justifie). Ne supprime rien
toi-même.
```

RÉPONSE TYPE

Un tableau de 64 lignes, par exemple « 12 ; à recontacter une fois ; dernier contact venant de la personne le 14/11/2023 » ou « 31 ; liste d'opposition ; opposition du 02/03/2025 ». Synthèse : 41 à garder, 19 à recontacter une fois, 4 en liste d'opposition.

Ce qui en a été fait. Didier vérifie à la main une dizaine de lignes au hasard, puis trie le tableur sur la colonne des dates pour contrôler que les 19 « à recontacter » ont bien plus de trois ans.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Écris le courriel unique que j'enverrai aux 19 contacts sans échange depuis plus de
trois ans : quatre lignes au plus, qui disent qui je suis, que je garde leurs
coordonnées depuis notre dernier échange, et qui leur demandent s'ils souhaitent rester
en lien. Sans réponse, je supprime leurs données le 05/02/2027. Pas de relance.
```

RÉPONSE TYPE

Objet : rester en lien, ou non

Bonjour [Prénom],

Didier, de la menuiserie [nom] à Pessac. Nous avions échangé en [année] au sujet de [projet ou sujet]. Souhaitez-vous que je garde vos coordonnées pour vous écrire de temps en temps ? Sans réponse de votre part, je les supprimerai le 5 février.

Bien à vous,

Didier [Nom], [numéro]

Ce qui en a été fait. Il complète chaque crochet à la main, envoie les 19 messages un par un depuis sa boîte, et note la date de suppression dans une colonne.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Le classement est recalculé à la main sur un échantillon de lignes avant toute suppression.
- Les 4 oppositions restent dans un onglet à part, avec date et canal, et ne reçoivent pas le courriel.
- Le 05/02/2027, les contacts sans réponse positive sont effacés du tableur et de la messagerie.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une heure et demie une fois par an, et un fichier qui ne contient plus que des contacts qu'il a le droit de garder.

Leçon 14 · 3 exemples

Mesurer ce qui marche et ajuster votre prospection chaque mois

Exemple 14.1

Thomas refait son tableau de bord

Thomas, chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens, a montré à son directeur un taux d'ouverture de 63 %. Le directeur veut des rendez-vous et leur coût. Thomas exporte son mois d'octobre de Pipedrive, sans aucun nom.

Le tableau de Thomas, avant et après

Avant

- 236 messages envoyés
- 63 % d'ouverture
- Réponses divisées par les messages
- Aucun coût

Après

- 80 comptes contactés
- 17,5 % de réponse par compte
- 4 rendez-vous, 3 oppositions
- Environ 300 € par rendez-vous

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides une PME à analyser sa prospection B2B du mois.
Contexte : 80 comptes contactés en octobre, une ligne par compte, sans nom : [colonnes
: segment (agroalimentaire ou chimie) ; canal de la dernière touche ; réponse ; réponse
positive ; rendez-vous ; opposition ; signal de moins de 30 jours oui ou non]. Temps
passé : 26 h. Coût horaire chargé : 45 €. Outils : 30 €.
Tâche : calcule en exécutant du code les taux par compte contacté, au total et par
segment, puis le coût d'un rendez-vous. Propose un seul changement.
Format : chaque calcul écrit en entier ; « trop peu de comptes pour conclure » sous 30
comptes ; le changement en deux phrases avec le chiffre qui le justifie.
```

RÉPONSE TYPE

Total : réponse 14 / 80 = 17,5 % ; réponses positives 6 / 80 = 7,5 % ; rendez-vous 4 / 80 = 5 % ; oppositions 3 / 80 = 3,75 %.

Agroalimentaire (52 comptes) : rendez-vous 3 / 52 = 5,8 % ; oppositions 1 / 52 = 1,9 %.

Chimie (28 comptes) : trop peu de comptes pour conclure ; 1 rendez-vous, 2 oppositions.
Coût : (26 × 45) + 30 = 1 200 € ; 1 200 / 4 = 300 € par rendez-vous.
Changement : n'appeler que les comptes dont le signal a moins de 30 jours. Les 2 oppositions de la chimie ont suivi un appel sans signal récent.

Ce qui en a été fait. Thomas refait à la main le coût et deux taux, puis retire la colonne « ouverture » de son tableau. Il garde le segment chimie un mois de plus avant de juger, faute de comptes.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Écris le compte rendu d'octobre pour mon directeur, en cinq lignes : les quatre
chiffres, le coût d'un rendez-vous, la variable testée et sa conclusion, la décision du
mois et sa date de fin, ce qui s'arrête. Reprends seulement ces chiffres : [collez les
résultats ci-dessus].
```

RÉPONSE TYPE

1. Octobre : 80 comptes contactés, 17,5 % de réponse, 4 rendez-vous (5 %), 3 oppositions, aucune plainte.
2. Coût d'un rendez-vous : environ 300 €.
3. Pas de test ce mois-ci ; la chimie reste trop petite pour être jugée (28 comptes).
4. Décision : en novembre et décembre, appel seulement si le signal a moins de 30 jours ; fin le 31/12/2026.
5. S'arrête : le suivi du taux d'ouverture.

Ce qui en a été fait. Le directeur valide la décision et demande le même compte rendu chaque premier lundi du mois.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les taux sont divisés par les 80 comptes contactés, pas par les 236 messages.
- Le coût d'un rendez-vous est refait à la calculette.
- Le segment chimie, sous 30 comptes, n'est comparé à rien.
- L'export collé ne contient aucun nom ni coordonnée.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : trois quarts d'heure pour un tableau qui dit enfin combien coûte un rendez-vous, et une seule décision au lieu de cinq idées.

Exemple 14.2

Claire arrête un segment après deux mois

Claire, gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac, prospecte depuis septembre deux segments par courriel et téléphone : les promoteurs et les bailleurs sociaux de Gironde et des Landes. Fin octobre, elle fait le point sur deux mois.

Deux segments, deux mois

Septembre

Deux segments lancés

Même séquence, même angle.

Fin septembre

Trop tôt pour juger

Moins de 20 comptes par segment.

Fin octobre

Bilan à deux mois

Promoteurs : 3 rendez-vous. Bailleurs : aucun.

Novembre

Bailleurs arrêtés

Veille des marchés publics à la place.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides une PME à lire deux mois de prospection.
Contexte : promoteurs : 35 comptes contactés, 9 réponses, 5 réponses positives, 3
rendez-vous, 1 opposition. Bailleurs sociaux : 32 comptes, 4 réponses, 1 réponse
positive, 0 rendez-vous, 0 opposition.
Tâche : calcule en exécutant du code les taux par compte, et un test exact de Fisher
bilatéral sur les rendez-vous. Dis si l'écart permet de conclure au seuil de 5 %.
Format : les taux avec leur calcul, la valeur p, une phrase simple.
```

RÉPONSE TYPE

Promoteurs : réponse 9 / 35 = 25,7 % ; positives 5 / 35 = 14,3 % ; rendez-vous 3 / 35 = 8,6 %.

Bailleurs : réponse 4 / 32 = 12,5 % ; positives 1 / 32 = 3,1 % ; rendez-vous 0 / 32 = 0 %.

Test sur les rendez-vous : p ≈ 0,24. L'écart peut venir du hasard.

Ce qui en a été fait. Le test ne prouve rien, et Claire le comprend. Mais la règle du cours est une règle de gestion : deux mois, plus de trente comptes, aucun rendez-vous. Elle arrête la prospection par courriel des bailleurs.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Une réponse d'un bailleur dit : « Nos missions de bureau d'études passent par des
marchés publics. » Propose trois façons de suivre ce segment sans prospection par
courriel, en une ligne chacune, sans citer de plateforme dont tu n'es pas sûr.
```

RÉPONSE TYPE

1. Surveiller les avis de marchés publics des bailleurs de votre zone et y répondre. 2. Demander, à chaque marché attribué, l'avis de résultat pour comprendre les critères. 3. Garder les bailleurs dans le CRM en sommeil, avec une veille trimestrielle de leurs programmes annoncés.

> **Ce qui en a été fait.** Claire retient la veille des avis de marchés, et renvoie la réponse aux appels d'offres à la leçon du cours ChatGPT qui en traite.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les taux et la valeur p sont relus, et la phrase « peut venir du hasard » n'est pas transformée en preuve.
- La décision d'arrêt s'appuie sur la règle des deux mois, écrite dans le compte rendu comme une décision de gestion.
- Les bailleurs passent en sommeil dans le CRM, sans relance.

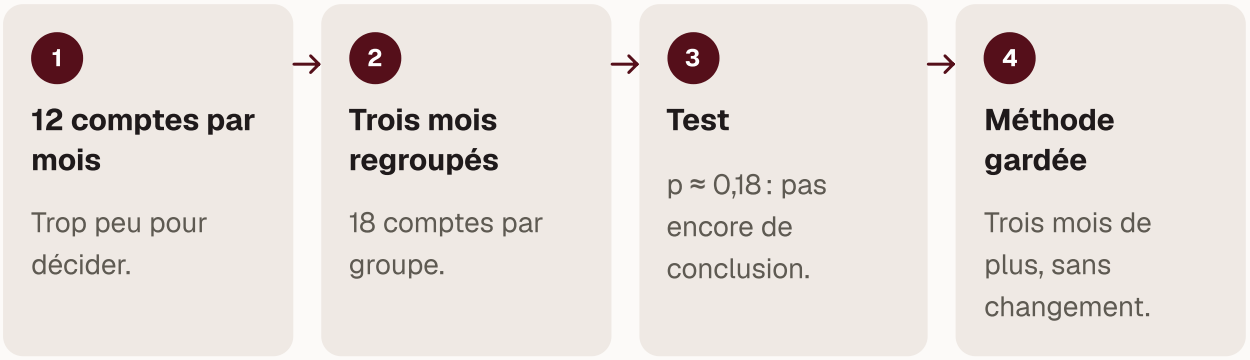
Ce que cela change. Ordre de grandeur : une dizaine d'heures par mois rendues aux promoteurs, le segment qui donne des rendez-vous.

Exemple 14.3

Nathalie et le piège des petits volumes

Nathalie dirige une imprimerie de 12 personnes à Bègles et prospecte une douzaine de caves coopératives et d'agences de communication par mois. Chaque fin de mois, elle demandait à l'IA quel canal marchait le mieux, et changeait de méthode à chaque réponse.

Du mois au trimestre



Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides une PME à lire sa prospection.
Contexte : septembre : 12 comptes, appel après courriel pour 6, courriel seul pour 6 ;
2 rendez-vous, tous deux après un appel. Octobre : 12 comptes, même répartition ; 2
rendez-vous, un dans chaque groupe. Novembre : 12 comptes ; 2 rendez-vous après un
appel.
Tâche : regroupe les trois mois, calcule en exécutant du code le taux de rendez-vous de
```

```
chaque groupe et un test exact de Fisher bilatéral. Dis ce que Nathalie peut conclure.
Format : les taux avec leur calcul, la valeur p, deux phrases.
```

RÉPONSE TYPE

Appel après courriel : 5 / 18 = 27,8 %. Courriel seul : 1 / 18 = 5,6 %. Test exact de Fisher : p ≈ 0,18. L'écart va dans le sens de l'appel mais peut encore venir du hasard ; le groupe « courriel seul » compte moins de 30 comptes.

Ce qui en a été fait. Nathalie comprend qu'aucun mois seul ne pouvait trancher. Elle décide de garder la même méthode trois mois de plus et de regrouper les chiffres par trimestre.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Propose une règle simple pour une prospection de 12 comptes par mois : à quel rythme
faire le bilan, et quand décider ? Deux phrases, sans moyenne de marché.
```

RÉPONSE TYPE

À 12 comptes par mois, faites le bilan par trimestre et ne changez une méthode qu'après deux trimestres, sauf signal net comme une opposition ou une plainte. Chaque mois, relevez seulement les quatre chiffres, sans rien décider.

Ce qui en a été fait. Elle inscrit le bilan trimestriel dans son agenda et garde la revue mensuelle pour les chiffres, sans décision.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Les trois mois sont regroupés avant tout calcul ; aucun mois n'est comparé seul.
- La valeur p est lue comme « peut encore venir du hasard ».
- La méthode ne change plus chaque mois : une décision par trimestre au plus.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : moins d'une heure par trimestre, et la fin des changements de méthode qui empêchaient toute conclusion.

Leçon 15 · 3 exemples

Votre plan sur 30 jours et l'évaluation finale

Exemple 15.1

Le plan de Claire, bureau d'études à Mérignac

Claire est gérante d'un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à Mérignac. Elle a fini le cours un jeudi et se donne jusqu'au 18 décembre pour obtenir ses premiers rendez-vous auprès de promoteurs et d'architectes de Gironde, sans appeler un seul particulier.

Le mois de Claire

Semaine 1

Permis et domaine

25 comptes tirés des permis, trois pass.

Semaine 2

25 fiches

Une référence autorisée par un client.

Semaine 3

Relances et appels

Un « pas avant janvier », une opposition notée.

Semaine 4

Mesure

6 réponses, 2 rendez-vous, une décision.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu es un acheteur exigeant, directeur technique d'un promoteur immobilier.
Contexte : je dirige un bureau d'études fluides et thermique de 14 personnes à
Mérignac. Je veux prospecter les promoteurs et architectes de Gironde.
Tâche : pose-moi, une par une, les sept questions qu'un directeur technique se pose
avant de répondre à un bureau d'études qu'il ne connaît pas. Attends ma réponse avant
la question suivante. À la fin, résume mon offre en trois phrases, sans rien ajouter à
ce que j'ai dit.
Format : une question à la fois.
```

RÉPONSE TYPE

Première question : « Sur quels types d'opérations intervenez-vous, et à partir de quelle taille ? » Puis, une à une : vos délais pour une étude RE2020, vos références comparables, votre présence en réunion de chantier, votre assurance, la reprise d'un dossier en cours, le prix d'une mission type. À la fin, un résumé de trois phrases tiré de vos seules réponses.

> **Ce qui en a été fait.** Claire bute sur la question des références comparables : elle n'a jamais demandé à ses clients s'ils acceptaient d'être cités. Elle en appelle deux le lendemain ; l'un accepte, sans le nom de l'opération.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici ma cible et mes contraintes : promoteurs de 10 à 50 personnes et architectes de
Gironde ; quatre heures par semaine ; Microsoft 365 ; aucun appel aux particuliers.
Écris mon plan sur 30 jours en quatre semaines, avec un livrable par semaine, et dis où
trouver 25 comptes dans des sources licites. Aucun outil payant.
```

RÉPONSE TYPE

Semaine 1 : cible sur une page ; 25 comptes tirés des permis de construire affichés en ligne par les communes, des listes d'exposants d'un salon régional de l'immobilier et des sites des agences ; SPF, DKIM, DMARC vérifiés. Semaine 2 : 25 fiches, 25 premiers messages contrôlés. Semaine 3 : relances à J+5, appels aux promoteurs à J+12 par l'accueil, invitations LinkedIn aux architectes sans argumentaire. Semaine 4 : quatre chiffres, coût d'un rendez-vous, une décision.

> **Ce qui en a été fait.** Elle garde le plan, retire le salon dont la date ne tombe pas dans le mois, et note les permis de construire comme sa source principale de signaux.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Le droit : promoteurs et architectes joints sur leur adresse professionnelle, objet lié à leur fonction ; aucun particulier dans les 25 comptes.
- Les faits : chaque permis cité dans un message relu sur l'affichage en ligne de la commune, avec sa date.
- La preuve : la référence citée l'est avec l'accord du client, sans le nom de l'opération.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quinze heures sur le mois, deux rendez-vous obtenus avec des promoteurs, et aucune plainte ni opposition ignorée.

Exemple 15.2

Le plan de Thomas, maintenance industrielle à Bassens

Thomas est chargé de développement d'une entreprise de maintenance industrielle de 40 salariés à Bassens. Ses meilleurs clients achètent après un arrêt de ligne ; son signal préféré est l'offre d'emploi de technicien qui reste ouverte. Il veut un plan qui laisse la part belle au téléphone.

Un compte type de Thomas

1 **J0 courriel**
Le signal daté et une question.

→ 2 **J+5 relance**
Un cas comparable, rien d'autre.

→ 3 **J+12 appel**
Accueil, ouverture, deux questions.

→ 4 **J+22 clôture**
Porte ouverte, puis sommeil.

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu aides un chargé de développement à organiser un mois de prospection B2B.
Contexte : cible : responsables maintenance et directeurs de sites agroalimentaires et
chimiques de 50 à 500 salariés en Nouvelle-Aquitaine ; signal : offre d'emploi de
technicien de maintenance ouverte depuis plus de quatre semaines ; canaux : téléphone,
courriel ; quatre heures par semaine.
Tâche : propose la séquence d'un compte type sur quatre semaines, en quatre touches au
plus, avec la condition d'arrêt de chacune.
Format : un tableau (jour ; canal ; contenu en une phrase ; ce qui arrête la séquence).
```

RÉPONSE TYPE

J0 ; courriel ; le signal daté, une question sur la préventive ; toute réponse ou opposition.

J+5 ; courriel ; un élément nouveau, par exemple un cas comparable ; idem.

J+12 ; téléphone par l'accueil ; ouverture en vingt secondes, deux questions ; refus, opposition, mauvais interlocuteur réorienté.

J+22 ; courriel ; message de clôture, porte laissée ouverte ; fin de la séquence, sommeil de six mois sans réponse.

Ce qui en a été fait. Thomas déplace l'appel à J+10 pour les sites dont l'offre d'emploi date de plus de huit semaines : le signal y est plus fort. Il garde quatre touches.

Échange 2 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Voici mes chiffres du jour 30, sans nom : 25 comptes contactés, 7 réponses, 4
positives, 3 rendez-vous, 1 opposition, 0 plainte, 1 rebond ; 15 heures à 45 € ; 14 €
d'abonnement. Calcule en exécutant du code les taux par compte et le coût d'un rendez-
vous, puis propose la décision du mois suivant, une seule.
```

RÉPONSE TYPE

Réponse : 7 / 25 = 28 %. Positives : 4 / 25 = 16 %. Rendez-vous : 3 / 25 = 12 %. Opposition : 1 / 25 = 4 %. Rebond : 1 / 25 = 4 %. Coût : (15 × 45) + 14 = 689 € ; 689 / 3 = environ 230 € par rendez-vous. Décision : 25 comptes de plus,

même cible et même séquence ; trop peu de comptes pour tester un changement.

> **Ce qui en a été fait.** Il refait le coût à la calculette et présente le compte rendu à son directeur le premier lundi de décembre.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Chaque appel est passé dans les créneaux que le cours conseille par courtoisie, numéro de l'entreprise affiché.
- L'opposition reçue au téléphone est notée le jour même et retire le compte de la séquence de courriels.
- Les taux sont calculés par compte contacté, et aucune conclusion n'est tirée sur un angle à 25 comptes.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : quinze heures dans le mois, trois rendez-vous sur site et un coût d'environ 230 € par rendez-vous, connu pour la première fois.

Exemple 15.3

Le plan de Julien, éditeur de logiciel à Pessac

Julien est commercial d'un éditeur de logiciel de planification pour services d'aide à domicile, 22 personnes à Pessac. Il envoie plus que les autres, avec un outil de séquence. Son plan doit d'abord protéger le domaine et le CRM.

Le premier lundi de Julien, prévu et fait

Prévu

- 25 comptes sourcés
- Sous-domaine publié
- Liste d'opposition importée

Fait en plus

- Désinscription en un clic activée
- Phrase d'information ajoutée
- Vue « À contacter » filtrée

Échange 1 sur 2

Demande telle qu'elle a été écrite

```
Rôle : tu relis le plan de prospection d'un commercial qui emploie un outil de
séquence.
Contexte : voici mon plan de semaine 1 : 25 comptes de directeurs de services d'aide à
domicile, tirés de l'Annuaire des Entreprises (code NAF 88.10A) et des offres d'emploi
; sous-domaine contact.exemple.fr pour l'outil ; liste d'opposition importée dans le
CRM.
Tâche : liste ce qui manque avant le premier envoi, en t'appuyant sur ces règles : un
```

```
seul SPF par domaine, DKIM et DMARC alignés, désinscription en un clic dans l'outil,
phrase d'information et de refus, vue « À contacter » qui exclut les oppositions.
Format : une liste de contrôles « fait » ou « à faire ».
```

RÉPONSE TYPE

À faire : message de test du sous-domaine lu dans « Afficher l'original » (SPF, DKIM, DMARC à pass) ; vérification des en-têtes List-Unsubscribe et List-Unsubscribe-Post ; phrase d'information et de refus ajoutée au modèle ; vue « À contacter » créée avec le filtre d'opposition. Fait : comptes sourcés, liste d'opposition importée.

Ce qui en a été fait. Julien fait les quatre contrôles le lundi après-midi. Le test révèle que la désinscription en un clic était désactivée dans l'outil.

Échange 2 sur 2

Demande **telle qu'elle a été écrite**

```
Écris la phrase d'information et de refus de mes premiers messages : qui écrit, où j'ai
trouvé l'adresse, pourquoi j'écris à cette personne, comment refuser en un mot, et le
lien vers notre politique de confidentialité. Deux phrases, 45 mots au plus.
```

RÉPONSE TYPE

« Je vous écris car votre adresse figure sur le site de votre service et que ce message concerne la planification des interventions, qui relève de votre direction. Un simple « non » suffit pour ne plus être contacté ; nos engagements : [lien vers la politique de confidentialité]. »

Ce qui en a été fait. Julien remplace « sur le site de votre service » par une case [source de l'adresse], remplie compte par compte : trois de ses adresses viennent d'une recommandation, pas du site. La phrase, 44 mots, entre ainsi dans le modèle de l'outil.

Ce qui a été contrôlé avant usage

- Le sous-domaine passe les trois contrôles, et les en-têtes de désinscription sont signés.
- La vue « À contacter » exclut les oppositions avant le premier envoi.
- La phrase d'information dit la source réelle de chaque adresse, vérifiée compte par compte.

Ce que cela change. Ordre de grandeur : une après-midi de contrôles avant le premier envoi, et un mois sans plainte ni message parti chez une personne en opposition.