Fiche mémo | Leçon 6 | 36 min

Fichiers achetés, outils d'enrichissement et information des personnes

Un fichier acheté ou une adresse trouvée par une extension ne vous dispense de rien : c'est vous qui prospectez, donc vous qui prouvez. Avant d'acheter, exigez l'origine, la date et la preuve de l'information ou du consentement ; au premier message, dites qui vous êtes, d'où vient l'adresse et comment refuser.

Objectifs

- Trier une offre de fichier avec les cinq questions qui décident s'il est utilisable
- Écrire la phrase d'information de votre premier message, source de l'adresse comprise
- Expliquer à votre équipe pourquoi une extension d'enrichissement engage l'entreprise qui s'en sert

À retenir

- C'est celui qui prospecte qui prouve : une garantie de courtier ne remplace ni la mention d'origine, ni la date, ni la case cochée.
- Pour des particuliers, pas de courriel ni de SMS sans consentement recueilli pour vous ; il ne passe pas de partenaire en partenaire.
- Une adresse trouvée par une extension devient votre donnée : information au premier message, source nommée, durée limitée, refus respecté.
- L'article 14 du RGPD : qui vous êtes, d'où vient l'adresse et comment refuser, au plus tard dans le premier message.
- Un prospect se garde trois ans après la collecte ou son dernier contact ; un refus va dans la liste d'opposition consultée avant chaque envoi.

La demande à recopier

Demande à recopier **Faire préparer le courriel de questions au vendeur**

```
Tu aides le commercial d'un éditeur de logiciel de [effectif] personnes à [ville], qui
prospecte des [fonction visée] en B2B.
Un courtier nous propose ce fichier : [collez le texte de l'offre, sans aucune donnée de
contact].
Rédige un courriel courtois au vendeur, de 150 mots au plus, qui demande avant tout achat :
l'origine de chaque contact (site, salon, éditeur), la date de collecte et de dernière mise à
jour, le texte exact de la mention et de la case présentées aux personnes, la liste des
partenaires annoncée à ce moment-là, la façon dont les oppositions sont tenues et transmises,
la part d'adresses nominatives et génériques, et la durée d'usage autorisée.
Termine par une phrase qui dit que sans ces pièces écrites, nous ne donnerons pas suite.
N'invente aucune information sur le fichier : ce que l'offre ne dit pas devient une question.
```

Note : Ne collez jamais un extrait du fichier dans la demande : le texte de l'offre suffit.

Les erreurs fréquentes

L'erreur, et pourquoi elle coûte	La correction
Acheter un fichier parce que le contrat du courtier garantit qu'il est « conforme au RGPD ». La garantie engage le courtier envers vous, pas la CNIL envers vous. C'est celui qui prospecte qui doit prouver la licéité de ses envois, comme l'a rappelé la sanction SOLOCAL MARKETING SERVICES.	Exigez avant de payer l'origine et la date de chaque contact, le texte de la mention et de la case, la liste des partenaires et la tenue des oppositions. Sans pièces, pas d'achat.
Importer tout le fichier dans le CRM, puis trier « plus tard ». Chaque ligne importée devient une donnée que vous traitez et devez justifier. Les 90 % hors cible restent des mois dans le CRM, sans raison et sans information des personnes.	Filtrez avant l'import : seuls entrent les comptes de votre cible, avec la source et la date de collecte dans la fiche. Le reste est supprimé, échantillon compris.
Écrire un premier message sans dire d'où vient l'adresse. L'article 14 du RGPD demande d'informer la personne, source comprise, au plus tard au premier contact. Sans la source, la première réponse sera souvent « d'où tenez-vous mon adresse ? », et vous partez sur la défensive.	Ajoutez en fin de message deux phrases : la source précise, la raison liée à la fonction, le refus d'un mot, et le lien vers votre politique de confidentialité.
Garder l'extension d'enrichissement installée « pour voir », et noter les mobiles qu'elle affiche. Les coordonnées que la personne n'a pas montrées n'ont pas été rendues disponibles pour autant : c'est l'un des motifs de la sanction KASPR. Le mobile d'un dirigeant est souvent son numéro personnel.	Supprimez l'extension, effacez les numéros, et recherchez à la main, dans une source citable, l'adresse des seuls comptes qualifiés.

La chaîne d'une adresse, de la personne à votre message

La personne
Elle a rempli un formulaire, laissé une carte, publié un profil. Ce qui lui a été dit à ce moment-là décide de tout le reste.

Le premier collecteur
Le site, le salon ou l'éditeur qui a recueilli l'adresse : sa mention, sa case à cocher, sa liste de partenaires, la date.

Le vendeur ou l'outil
Le courtier qui revend, l'extension qui retrouve une adresse : il doit pouvoir montrer l'origine et la date de chaque contact.

Vous, qui prospectez
Vous répondez de la licéité de vos envois : consentement prouvé pour un particulier, information et opposition pour un professionnel.

Votre premier message
Il dit qui vous êtes, d'où vient l'adresse, pourquoi vous écrivez et comment refuser, en deux phrases et un lien.

Chaque maillon doit pouvoir dire ce qu'il a fait. Le dernier, c'est vous, et c'est à vous que la preuve est demandée.