

ÉDITION PREMIUM • SEPTEMBRE 2026

IA BUSINESS MASTERCLASS

Créer, vendre et livrer un service B2B
assisté par l'IA

STRATÉGIE • PROMPTS • PROSPECTION • VENTE •
AUTOMATISATION • KPI

De zéro au premier système commercial.

Une méthode pratique orientée services
B2B : trouver une niche, construire une offre,
obtenir des rendez-vous, livrer proprement
et automatiser ce qui fonctionne.

Objectif pédagogique : construire un système capable de viser 5 000 €
de chiffre d'affaires mensuel. Aucun revenu n'est garanti.

Fondations et offre

- Version & mode d'emploi
- Comment utiliser la formation
- Repères de marché
- Fondations IA
 - 01 - Comprendre l'IA
 - 02 - ChatGPT pour le business
 - 03 - Prompt professionnel
 - 04 - Recherche & preuves
 - 05 - Choisir ses outils
- Stack IA minimale
- Construire l'offre
- Modèles de business IA
 - 06 - Trouver une niche
- Worksheet - score de niche
- 07 - Construire l'offre
- 08 - Prix & marge
- 09 - Identité premium
- Valider l'offre
- Modèle - offre 1 page
- Acquisition & vente
- 10 - Prospection
- Séquence de prospection

Acquisition et automatisatisation

- 11 - Rendez-vous de vente
- Objections & réponses
- Proposition & closing
- 12 - Contenu
- Worksheet - calendrier contenu
- 13 - Image, vidéo & audio
- 14 - Analyser les données
- Automatisation & livraison
- 15 - Automatiser
- CRM minimal
- Tutoriel Make - créer le scénario
- Tutoriel Make - CRM & doublons
- Tutoriel Make - brouillon IA
- Tutoriel Make - erreurs & activation
- 16 - Système de livraison
- 17 - KPI
- Tableau de marge
- 18 - Plan 90 jours
- Tutoriels outils
- Tutoriel ChatGPT - projet
- Tutoriel ChatGPT - prompts
- Tutoriel ChatGPT - fichiers & données

Tutoriels et cas complet

- Tutoriel ChatGPT - contrôle qualité
- Tutoriel Perplexity
- Tutoriel Canva - fiche A4
- Tutoriel Canva - cohérence
- Tutoriel CapCut
- Tutoriel Airtable / Notion
- Tutoriel complet - premier client
- Cas complet - Atelier Nova
- Cas - recherche & niche
- Cas - mini-audit
- Cas - liste prospects
- Cas - message & relances
- Cas - rendez-vous
- Cas - proposition
- Cas - onboarding
- Cas - CRM
- Cas - automatisation
- Cas - production
- Cas - rapport & décision
- Exercices & modèles
- Exercice - améliorer un prompt
- Exercice - améliorer une offre

Modèles, France et ressources

Exercice - prospection	
Modèle - onboarding	
Modèle - CRM	
Modèle - rapport client	
Checklist - premier client	
Plan personnel 30 jours	
Sprint final 7 jours	
France & conformité	
France - créer l'activité	
France - facturation	
France - prospection & RGPD	
Sécurité & confidentialité	
Qualité & confiance	
Ressources	
30 outils - 1/2	
30 outils - 2/2	
Bibliothèque de prompts - 1/3	
Bibliothèque de prompts - 2/3	
Bibliothèque de prompts - 3/3	
Glossaire	
Sources officielles	
Clôture	

Comment utiliser la formation

- **1. Lisez pour agir.** Chaque module doit produire un livrable : une offre, un message, un tableau, un scénario ou une décision.
- **2. Faites le tutoriel fil rouge.** Il montre le chemin complet avec un cas fictif, puis vous le reproduisez sur votre marché.
- **3. Conservez vos preuves.** Notes d'entretien, captures, réponses prospects, KPI et temps de production servent à améliorer l'offre.
- **4. N'automatisez pas trop tôt.** Stabilisez le processus manuellement avant de connecter des outils.
- **5. Distinguez faits et hypothèses.** Une sortie convaincante de l'IA peut être fausse ou incomplète.
- **6. Travaillez en cycles courts.** Une semaine = une hypothèse, un test, un résultat, une décision.

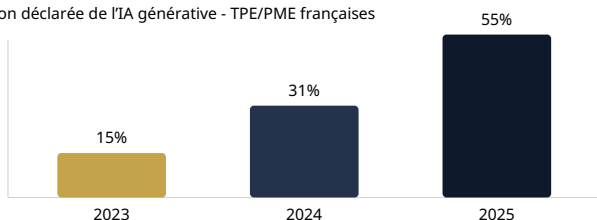
OBJECTIF À LA FIN

Être capable de choisir une niche, présenter une offre claire, contacter des prospects de façon propre, conduire un rendez-vous, livrer un service simple, suivre la marge et construire une première automatisation.

Pourquoi se former maintenant ?

Selon Bpifrance, **55 % des TPE-PME françaises déclareraient utiliser des IA génératives fin 2025**, contre 31 % fin 2024. Parmi les usages déclarés, la génération de contenus représentait 72 % et l'analyse de données 67 %.

Adoption déclarée de l'IA générative - TPE/PME françaises



CE QUE CELA MONTRE

L'usage se diffuse rapidement dans les petites entreprises. Il existe donc davantage de conversations possibles autour de processus concrets : contenu, données, suivi commercial, support et automatisation.

CE QUE CELA NE PROUVE PAS

Ces chiffres ne prouvent ni la rentabilité d'une agence, ni qu'un client achètera votre offre. Le marché se

valide par des entretiens, des réponses, des rendez-vous et des ventes.

Source : Bpifrance, bilan IA publié en 2026 - détails et lien page Sources.

PARTIE 1

Fondations IA

Comprendre les outils, construire de bons prompts et vérifier les résultats avant de vendre quoi que ce soit.

1

Comprendre l'IA sans jargon

- **IA générative** : système capable de produire texte, image, audio, code ou analyse à partir d'instructions et de contexte.
- **Modèle** : moteur qui transforme votre demande en réponse probable. Il peut raisonner utilement sans "connaître" parfaitement la réalité.
- **Contexte** : données, fichiers, exemples et contraintes que vous fournissez pour réduire l'ambiguïté.
- **Outils** : recherche web, fichiers, tableurs, génération d'images ou connexions qui donnent au modèle des capacités supplémentaires.
- **Hallucination** : réponse inventée ou erronée présentée avec assurance. Les faits importants se vérifient.

RÈGLE

Utilisez l'IA pour accélérer recherche, synthèse, rédaction, analyse et automatisation. Ne déléguez pas aveuglément les décisions à fort enjeu.

EXERCICE

Choisissez une tâche hebdomadaire et décomposez-la en **entrée → décision → production → contrôle → sortie**. Entourez ce que l'IA peut accélérer sans supprimer le contrôle humain.

ChatGPT : les 7 usages utiles au business

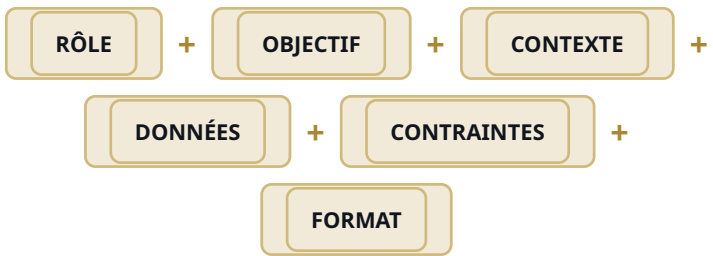
Usage	Exemple concret	Sortie attendue
Recherche	Comparer trois niches	Faits + sources + incertitudes
Rédaction	Proposition commerciale	Version courte et structurée
Fichiers	Analyser un PDF client	Synthèse + points à vérifier
Données	Analyser un CSV prospects	KPI + graphiques + calculs
Création	Brief visuel / image	Concept et variations
Organisation	Projet client	Contexte, fichiers, instructions
Contrôle	Auditer un livrable	Erreurs, risques, corrections

BON RÉFLEXE

Un chat = un objectif. Pour un travail récurrent, utilisez un projet dédié avec instructions, fichiers de référence et chats séparés.

Les fonctions exactes dépendent du plan et peuvent évoluer. Voir les sources officielles en fin de document.

Le prompt professionnel



Bloc	Question à se poser
Rôle	Quel type de spécialiste doit cadrer la réponse ?
Objectif	Quel résultat précis doit être produit ?
Contexte	Pour quelle entreprise, cible et situation ?
Données	Qu'est-ce qui est vrai et fourni ?
Contraintes	Budget, longueur, ton, interdits, délai ?
Qualité	Comment juger si la réponse est bonne ?
Format	Tableau, checklist, e-mail, script, JSON ?

PROMPT UNIVERSEL

Tu es [rôle]. Objectif : [résultat]. Contexte : [entreprise/cible/situation]. Données disponibles : [éléments]. Contraintes : [budget/délai/ton/interdits]. Critères de qualité : [mesures]. Distingue faits, hypothèses et

recommandations. Retourne le résultat sous forme de [format].

Recherche, preuves et vérification

- 1 **Formulez une question précise.** Évitez “parle-moi du marché”. Demandez une donnée, une tendance ou une contrainte clairement définie.
- 2 **Privilégiez les sources primaires.** Organismes publics, documentation officielle, études originales, sites des éditeurs.
- 3 **Notez date et périmètre.** Un chiffre sans année, population ou définition peut induire en erreur.
- 4 **Cherchez ce qui contredit.** Demandez quelles informations pourraient invalider votre hypothèse.
- 5 **Transformez la recherche en test terrain.** Une source éclaire ; un entretien et un achat valident un problème.

PROMPT DE VÉRIFICATION

Pour chaque affirmation importante de cette réponse, indique : fait, source, date, périmètre, niveau de confiance et ce qui reste inconnu. Ne transforme pas une estimation en fait.

Choisir peu d'outils, mais les maîtriser

Besoin	Débutant	Intermédiaire	Confirmé
Assistant	ChatGPT / Claude / Gemini	Projets + workflows	API / agents selon besoin
Recherche	Perplexity / ChatGPT	NotebookLM	Recherche intégrée / API
Design	Canva	Firefly / Figma	Systèmes de marque
Vidéo	CapCut	Runway / Descript	Pipeline multi-outils
Suivi	Notion / Airtable	CRM structuré	Base + automatisations
Automatisation	-	Make / Zapier	n8n / API / code

STACK CONSEILLÉE POUR COMMENCER

ChatGPT + Perplexity + Canva + Airtable/Notion + Make. Ajoutez CapCut seulement si la vidéo est utile à votre offre. Un abonnement ne vaut que s'il améliore un résultat mesurable.

OUTILS

Stack minimale et règle de rentabilité

RECHERCHE
Perplexity



RAISONNEMENT
ChatGPT



SUPPORTS
Canva



SUIVI
Airtable



AUTOMATION
Make

CALCUL

Valeur mensuelle estimée = temps utile économisé
× valeur d'une heure + erreurs évitées + revenu
additionnel raisonnablement attribuable.

Ne comptez pas comme "gain" un temps économisé qui n'est jamais réutilisé.

☐ Quel problème précis cet outil résout-il ?

☐ Quel résultat mesurable améliore-t-il ?

☐ Puis-je faire la même chose dans un outil déjà payé ?

☐ Combien de temps faudra-t-il pour l'apprendre et le maintenir ?

☐ Puis-je l'abandonner sans casser tout mon système ?

PARTIE 2

Construire l'offre

Choisir un modèle économique, une niche, un résultat mesurable et un prix cohérent avec la charge réelle.

2

Ce que “business avec l’IA” peut vouloir dire

Modèle	Exemple	Difficulté débutant	Récurrence
Service B2B	Suivi prospects + contenu + reporting	Faible à moyenne	Élevée
Freelance spécialisé	Automatisation / analyse / design	Moyenne	Variable
Formation / contenu	Cours, templates, communauté	Moyenne	Variable
Micro-SaaS	Petit logiciel avec API IA	Élevée	Élevée
E-commerce assisté	Créa, support, merchandising	Moyenne	Dépend du produit
Agence spécialisée	Offre répétable pour une niche	Moyenne	Élevée

FOCUS DE CETTE MASTERCLASS

La méthode est principalement orientée **service B2B / agence spécialisée** pour petites entreprises, car c’est l’un des chemins les plus simples à tester sans développer un produit logiciel complet.

Trouver une niche solvable

- **Douleur fréquente** : problème qui revient chaque semaine ou chaque mois.
- **Impact visible** : temps perdu, demandes oubliées, délais, erreurs, absence de mesure.
- **Décideur accessible** : vous savez qui peut dire oui.
- **Budget** : le problème est assez important pour justifier une dépense.
- **Récurrence** : le besoin ne disparaît pas après une seule intervention.
- **Preuve** : la valeur peut être observée avec des KPI simples.

Critère	Poids conseillé	Question
Urgence	25 %	Le problème fait-il perdre du temps ou des opportunités maintenant ?
Budget	20 %	Le décideur paie-t-il déjà pour des solutions proches ?
Accès	20 %	Puis-je joindre 30 décideurs cette semaine ?
Récurrence	20 %	Le besoin revient-il chaque mois ?
Preuve	15 %	Puis-je mesurer un avant/après ?

WORKSHEET

Grille de décision de niche

Niche	Urgence /5	Budget /5	Accès / 5	Récurrent /5	Prouve /5	Score
Garages indépendants	—	—	—	—	—	—
Artisans du bâtiment	—	—	—	—	—	—
Salons / beauté	—	—	—	—	—	—
Cabinets / professions	—	—	—	—	—	—
Votre niche : _____	—	—	—	—	—	—

PROMPT DE SCORING

Analyse ces niches [liste]. Note chacune sur 5 : urgence, budget potentiel, accessibilité du décideur, récurrence et facilité de prouver la valeur. Explique chaque note, indique les hypothèses non vérifiées et propose un test terrain de 7 jours pour les deux meilleures.

VALIDATION

Ne choisissez pas uniquement sur le score. Parlez ensuite à 5 à 10 personnes de la niche avant de construire une offre complexe.

Construire une offre achetable



Mauvais	Meilleur
"Je fais de l'IA pour votre entreprise."	"Je centralise les demandes, installe une routine de relance et fournis un rapport mensuel des sources et conversions."
"Je vous fais gagner du temps."	"Nous mesurons le délai de réponse, le nombre de demandes suivies et les relances effectuées."
"Tout est automatisé."	"L'IA prépare les brouillons ; les messages sensibles sont validés humainement."

PÉRIMÈTRE

Écrivez aussi ce qui n'est **pas** inclus. Un périmètre clair protège la marge et la confiance.

Prix, marge et objectif 5 000 €

Scénario pédagogique	Clients actifs	Panier moyen	CA mensuel
Entrée	6	690 €	4 140 €
Central	5	1 000 €	5 000 €
Premium	4	1 290 €	5 160 €

ATTENTION

Ces prix sont des **exemples pédagogiques à tester**, pas des tarifs de marché garantis. Le bon prix dépend de la valeur, du périmètre, de la preuve, du risque, de votre charge et du marché.

COÛT RÉEL À CALCULER

- Heures de production
- Logiciels et API
- Sous-traitance
- Acquisition / vente
- Support et réunions
- Cotisations, impôts et frais fixes

FORMULE SIMPLE

Marge contributive =
Prix - coûts directs - temps valorisé

Créer une identité premium sans surdesigner

- **Promesse simple** : une phrase compréhensible en 10 secondes.
- **Deux polices maximum** : une pour les titres, une pour le corps.
- **Palette courte** : couleur principale, accent, neutres.
- **Grille stable** : mêmes marges, espacements, tableaux et encadrés.
- **Preuves** : démonstrations, cas, captures autorisées, chiffres sourcés.
- **CTA unique** : chaque support demande une seule prochaine action.

PREMIUM $\neq$ COMPLEXE

Premium = cohérence, précision, preuve et expérience fluide. Les animations, dégradés et effets ne compensent pas une offre floue.

LIVRABLE

Créez une fiche offre A4 : problème, résultat visé, 4 livrables, délai, preuve, limites, prix et prochaine étape.

VALIDATION

Tester avant de construire

- 1 **10 entretiens.** Cherchez les problèmes réellement vécus et les solutions déjà utilisées.
- 2 **20 à 30 prospects ciblés.** Testez un message court basé sur une observation réelle.
- 3 **3 à 5 rendez-vous.** Vérifiez urgence, budget, décision et priorité.
- 4 **1 pilote.** Limitez le périmètre à 30 jours avec des KPI simples.
- 5 **1 bilan.** Décidez : continuer, modifier la cible, changer l'offre ou arrêter.

SIGNAL FORT

Un compliment n'est pas une validation. Un rendez-vous qualifié, un acompte, une signature ou une utilisation régulière sont des signaux plus forts.

MODÈLE

Proposition de valeur en une page

Pour [NICHE]

Nous aidons [CIBLE] à [RÉSULTAT] grâce à [MÉCANISME], sans [RISQUE OU COMPLEXITÉ À ÉVITER].

INCLUS

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

MESURE

KPI 1 : _____

KPI 2 : _____

KPI 3 : _____

Délai : _____ Prix : _____ Limites :

PROMPT OFFRE

Transforme ce problème client [problème] en une offre B2B claire. Donne : résultat, mécanisme, 4 livrables maximum, délai, responsabilités client, exclusions, KPI, prix indicatif à tester et preuves à obtenir. Interdiction de promettre un volume de leads ou de CA.

PARTIE 3

Trouver et convertir des clients

Prospection propre, rendez-vous de découverte, objections, proposition et contenu qui soutient la vente.

3

Prospection assistée par IA

- **Liste ciblée** : privilégiez une petite liste pertinente à un gros fichier générique.
- **Signal réel** : avis sans réponse, formulaire peu clair, contenu irrégulier, absence de suivi visible, offre confuse.
- **Message court** : observation → conséquence possible → ressource utile → CTA faible friction.
- **Traçabilité** : conservez source du contact, date, message, réponse, opposition et prochaine action.
- **Respect** : ne contactez pas de nouveau une personne qui s'est opposée à la prospection.

MESSAGE FROID - CADRE

Bonjour [Prénom], j'ai regardé [élément public]. J'ai remarqué [observation vérifiable]. Je ne peux pas savoir si cela vous coûte des demandes sans vos données, mais c'est simple à tester. J'ai préparé [ressource / mini-audit]. Je vous l'envoie ?

Séquence de 3 messages

Moment	Objectif	Exemple
J0	Ouvrir la conversation	Observation réelle + ressource + question simple
J+3	Apporter une nouvelle valeur	Mini-méthode, checklist ou capture utile
J+8	Clore proprement	Dernier message, permission de ne plus relancer

À MESURER

Délivrabilité, réponses positives, réponses négatives, oppositions, rendez-vous pris. Si le taux de réponse est faible, ne réécrivez pas seulement le message : reconsidérez le signal, la cible et l'offre.

RELANCES

Écris deux relances B2B courtes pour ce premier message [coller]. Chaque relance doit apporter une nouvelle valeur. Pas de culpabilisation, pas de fausse urgence, pas de promesse de résultat.

Rendez-vous de découverte - script 15 minutes

Minute	But	Questions
0-2	Cadre	"On a 15 min. Je vous pose quelques questions, puis on voit si une suite a du sens ?"
2-6	Situation	D'où viennent les demandes ? Qui répond ? Quels outils ?
6-10	Impact	Qu'est-ce qui est oublié, lent, coûteux ou difficile à mesurer ?
10-12	Priorité	Pourquoi maintenant ? Budget ? Qui décide ?
12-15	Suite	Reformulation + prochaine étape précise

RÈGLE

Diagnostiquez avant de présenter. Si le problème n'est pas prioritaire ou si vous ne pouvez pas le résoudre, dites-le.

Répondre aux objections sans forcer

Objection	Réponse utile
"C'est trop cher."	"Par rapport à quoi le comparez-vous : solution interne, autre prestataire ou valeur attendue ?"
"On le fait déjà."	"Qu'est-ce qui marche le mieux aujourd'hui ? Qu'est-ce qui reste lent ou difficile à mesurer ?"
"Je dois réfléchir."	"Bien sûr. Quelle information vous manque pour décider sereinement ?"
"Je veux des garanties."	"Je peux garantir le périmètre, le délai et la méthode, pas un nombre de ventes que je ne contrôle pas."
"Envoyez-moi des infos."	"Je vous envoie une page. Pour éviter le document générique : quelle priorité dois-je traiter en premier ?"

ENTRAÎNEMENT OBJECTIONS

Joue le rôle d'un prospect sceptique de [niche]. Pose une objection à la fois. Évalue ma réponse sur clarté, écoute, preuve, absence de pression et prochaine étape. Ne me donne la réponse idéale qu'après ma tentative.

Proposition et closing

Bloc	Contenu
Contexte	Ce que vous avez compris, avec les mots du client
Objectif	Résultat opérationnel et KPI
Périmètre	Livrables + exclusions
Planning	Jalons, validations, dépendances
Prix	Montant, échéances, options
Responsabilités	Ce que le client doit fournir / valider
Limites	Ce qui n'est pas garanti
Prochaine étape	Action, date et personne responsable

CLOSING

Une bonne phrase de closing résume le problème confirmé et propose une étape limitée : "Si votre priorité est bien X, je peux mettre en place Y cette semaine. On mesure pendant 30 jours, puis on décide avec les données."

Créer du contenu qui aide à vendre

Pilier	Exemple
Éducation	Comment éviter 5 demandes oubliées dans la semaine
Preuve	Avant/après d'un tableau de suivi
Cas pratique	Audit fictif d'un garage
Objection	"L'automatisation va-t-elle répondre n'importe quoi ?"
Coulisses	Comment vous contrôlez les messages avant envoi
Opinion	Pourquoi 30 outils IA ne valent pas un bon processus

CADENCE

Mieux vaut 3 contenus utiles par semaine pendant 12 semaines que 30 contenus génériques en 3 jours.

CALENDRIER CONTENU

Crée un calendrier de 4 semaines pour [niche]. 3 contenus/semaine : éducation, preuve/cas, objection/coulisses. Chaque contenu doit avoir un hook, une idée principale, une preuve nécessaire et un CTA simple.

Calendrier éditorial 4 semaines

Semaine	Contenu 1	Contenu 2	Contenu 3
S1	Éducation : _____	Cas : _____	Objection : _____
S2	Éducation : _____	Preuve : _____	Coulisses : _____
S3	Éducation : _____	Cas : _____	Objection : _____
S4	Éducation : _____	Preuve : _____	Opinion : _____

☐ Chaque sujet répond à une vraie question client.

☐ Les chiffres et captures sont vérifiables.

☐ Le ton correspond à la marque.

☐ Le CTA est unique.

☐ Le contenu n'invente ni témoignage ni résultat.

Images, vidéo et audio

IMAGE

Sujet, composition, lumière, style, marque, format, texte à éviter.

VIDÉO

Hook → problème → démonstration → preuve → CTA.

AUDIO

Script oral, rythme, prononciation, droits, validation.

Format	Durée / taille	Usage
Post carré	1080 × 1080	Annonce / preuve
Carrousel	5 à 8 pages	Éducation
Vidéo courte	30 à 60 s	Démonstration
Miniature	16:9 / vertical selon canal	Accroche

Format	Durée / taille	Usage
Voix off	20 à 60 s	Tutoriel / publicité

DROITS

Vérifiez licences, droits de marque, personnes représentées et règles de la plateforme avant usage commercial.

Analyser fichiers et données

- 1 **Nettoyez la structure.** Une ligne par observation, colonnes nommées clairement, pas de cellules fusionnées inutiles.
- 2 **Demandez un audit.** Valeurs manquantes, doublons, formats incohérents, définitions ambiguës.
- 3 **Définissez les KPI.** Taux de réponse, RDV, closing, panier moyen, MRR, marge, délai de réponse.
- 4 **Demandez les calculs.** Les conclusions doivent être reproductibles.
- 5 **Ajoutez les limites.** Saisonnalité, faible échantillon, données manquantes, causalité non prouvée.

ANALYSE CSV

Analyse ce fichier de prospects. 1) audite la qualité des données ; 2) calcule taux de réponse, RDV, closing et panier moyen ; 3) segmente par source et niche ; 4) signale les anomalies ; 5) propose 3 décisions avec calculs et limites. Ne modifie aucune donnée sans me le dire.

PARTIE 4

Automatiser et livrer

Construire un CRM simple, une automatisation Make robuste, un système de livraison et des KPI qui déclenchent des décisions.

4

Automatiser sans créer une usine à gaz



- Automatisez une tâche **répétitive, stable et mesurable**.
- Ajoutez une validation humaine pour messages sensibles, prix, contrats ou décisions individuelles.

- Testez les champs vides, doublons, erreurs d'API, délais et mauvais destinataires.
- Conservez un journal minimal : date, donnée reçue, action, statut, erreur.

PREMIER WORKFLOW

Formulaire prospect → CRM → notification → brouillon
IA → validation humaine → envoi → relance planifiée.

Le CRM minimal qui suffit pour démarrer

Champ	Exemple	Pourquoi
Entreprise	Garage Martin	Identifier
Contact	Julie - gérante	Décideur
Source	Google Maps	Traçabilité
Signal	Avis récents sans réponse	Justifier le contact
Statut	RDV	Pipeline
Prochaine action	Appeler mardi 11h	Ne rien oublier
Valeur potentielle	890 €/mois	Forecast
Opposition	Non / Oui	Conformité
Notes	Faits utiles	Contexte

VUES UTILES

À contacter • Relance aujourd'hui • RDV cette semaine
• Propositions ouvertes • Gagné • Perdu • Opposition.

☐ Une fiche = une entreprise / opportunité selon votre convention.

☐ Chaque fiche a une prochaine action datée.

☐ Les oppositions sont exclues des campagnes.

☐ Les données sensibles inutiles ne sont pas stockées.

Créer le scénario

- 1 **Ouvrez Make.** Depuis le tableau de bord, allez dans **Scenarios** puis créez un nouveau scénario.
- 2 **Ajoutez le déclencheur.** Cliquez sur le premier "+" et choisissez l'application qui reçoit vos nouveaux prospects : formulaire, Google Sheets, Airtable, etc.
- 3 **Connectez le compte.** Autorisez uniquement les accès nécessaires.
- 4 **Choisissez l'événement.** Exemple : "nouvelle ligne" ou "nouvel enregistrement".
- 5 **Lancez un test.** Utilisez **Run once**, créez un prospect test et vérifiez que Make récupère bien les champs.

INTERFACE

Les noms exacts de boutons peuvent évoluer. La logique stable reste : scénario → module déclencheur → connexion → données test → module suivant.

Make • Scenario

1

Formulaire

Nouvelle demande



Normaliser et enregistrer dans le CRM

1

Ajoutez le CRM. Cliquez sur “+” après le déclencheur puis choisissez Airtable, Notion ou votre base.

2

Mappez les champs. Nom → Nom, e-mail → E-mail, besoin → Besoin, source → Source.

3

Normalisez. Supprimez espaces inutiles, uniformisez téléphone et e-mail si nécessaire.

4

Anti-doublon. Ajoutez une recherche par e-mail ou entreprise avant la création.

5

Créez ou mettez à jour. Si le contact existe, mettez à jour ; sinon, créez une nouvelle fiche.

1

Formulaire



2

Search CRM



3

Create / Update

TEST À FAIRE

Envoyez deux fois le même prospect test. Votre scénario ne doit pas créer deux fiches identiques.

Créer un brouillon IA sans envoi automatique

- 1 **Ajoutez un module IA.** Utilisez le connecteur disponible dans votre environnement ou une requête API si vous maîtrisez ce niveau.
- 2 **Envoyez seulement les données utiles.** Nom, entreprise, besoin déclaré, observation ; évitez les données sensibles non nécessaires.
- 3 **Demandez un brouillon.** Le prompt doit interdire l'invention et limiter la longueur.
- 4 **Stockez le brouillon.** Écrivez-le dans un champ "Brouillon réponse" du CRM ou envoyez-le à une file de validation.
- 5 **Validation humaine.** Un humain vérifie destinataire, faits, ton, promesses et conformité avant envoi.

PROMPT DU MODULE

Rédige un brouillon de réponse B2B de 80 mots maximum. Utilise uniquement les données fournies. Si une information manque, n'invente pas. Objectif : confirmer la demande, reformuler le besoin et proposer une prochaine étape. Aucun chiffre ni résultat garanti.

SÉCURITÉ

Au début, ne laissez pas l'automatisation envoyer seule des messages contractuels ou sensibles.

Planifier, journaliser et gérer les erreurs

1

Notification. Ajoutez Slack, e-mail ou notification interne avec les informations essentielles.

2

Journal. Écrivez date, ID prospect, action, statut et erreur éventuelle.

3

Gestion d'erreur. Prévoyez une route/alerte si un module échoue ou si un champ obligatoire est vide.

4

Planification. Activez la fréquence adaptée : instantané si utile, sinon toutes les 15/30/60 minutes.

5

Test final. Cas normal, doublon, e-mail vide, API indisponible, contenu étrange et prospect opposé.

FORM



CRM



IA



VALIDATION



JOURNAL

☐ Le scénario ne crée pas de doublons.

☐ Aucun prospect opposé n'est relancé.

☐ Le brouillon reste en validation.

☐ Une erreur déclenche une alerte.

☐ Le journal permet de comprendre ce qui s'est passé.

Construire le système de livraison

Étape	Sortie
1. Onboarding	Objectifs, accès, interlocuteurs, périmètre
2. Baseline	KPI existants et période de référence
3. Setup	CRM, modèles, dossiers, règles
4. Production	Tâches hebdomadaires planifiées
5. Contrôle	Relecture, chiffres, permissions, données
6. Rapport	Résultats, limites, décisions
7. Renouvellement	Valeur, périmètre, prochaine période

DÉFINITION DE “LIVRÉ”

Un livrable est livré quand il est accessible, relu, conforme au périmètre, documenté et compris par le client.

KPI et pilotage

Zone	KPI	Décision possible
Acquisition	Prospects, réponses, RDV	Changer cible / signal / canal
Vente	Propositions, closing, panier	Améliorer diagnostic / preuve / prix
Production	Heures/client, retours, délais	Réduire périmètre / automatiser
Finance	CA, MRR, marge, churn	Prix / coûts / rétention
Valeur client	Demandes, délai, conversion	Poursuivre / corriger / arrêter

RÈGLE

Un KPI n'est utile que s'il déclenche une décision.
Évitez les métriques décoratives.

REVUE HEBDO

Voici mes KPI de la semaine [tableau]. Identifie le goulot principal, montre le calcul, propose une seule expérience pour la semaine suivante et précise le critère de succès.

Tableau de marge par client

Client	Prix	Heures	Temps valorisé	Outils directs	Marge contribut
Client A	890 €	6 h	180 €	65 €	645 €
Client B	690 €	12 h	360 €	55 €	275 €
Client C	1 190 €	8 h	240 €	90 €	860 €

LECTURE

Client B peut sembler rentable en chiffre d'affaires mais consomme deux fois plus de temps.
Standardisez, augmentez le prix, réduisez le périmètre ou automatisez avant d'ajouter trop de clients.

Hypothèses pédagogiques, avant cotisations, impôts, acquisition et frais fixes.

Plan d'action 90 jours

Période	Priorité	Action	Critère de sortie
J1-15	Validation	10 entretiens + offre V1	Douleur répétée + décideur accessible
J16-30	Prospection	100 contacts ciblés	Réponses + premiers RDV
J31-60	Répétition	Pilotes + procédures	1 à 3 clients ou apprentissage clair
J61-90	Système	Rétention + marge + automation	Goulot identifié et traité

IMPORTANT

Les nombres de clients ne sont pas une promesse. Le vrai livrable du trimestre est un système mesuré : vous savez où se situe votre goulot et quoi tester ensuite.

“Une hypothèse → une action
mesurable → un résultat →
une décision.”

PARTIE 5

Tutoriels outils

Des pas-à-pas réellement utilisables par un débutant : ChatGPT, recherche, Canva, CapCut, Airtable/Notion et Make.

5

Créer un projet de travail propre

- 1 **Barre latérale → Nouveau projet.** Donnez un nom fonctionnel, par exemple "Prospection - Garages".
- 2 **Ajoutez les instructions.** Précisez cible, offre, ton, règles de prudence et format préféré.
- 3 **Ajoutez les fichiers de référence.** Offre, FAQ, exemples de messages, données autorisées, charte de ton.
- 4 **Créez des chats séparés.** Recherche, prospection, contenu, reporting : évitez de tout mélanger.
- 5 **Revoyez le contexte.** Avant un livrable client, vérifiez que les données de référence sont toujours à jour.

Instructions du projet
Cible, offre, ton, limites

Sources
offre.pdf • faq.docx • KPI.xlsx

SOURCE OFFICIELLE

OpenAI décrit les Projets comme des espaces permettant de regrouper chats, fichiers et instructions autour d'un travail de longue durée.

Obtenir une réponse exploitable

PROMPT FAIBLE

"Fais-moi une prospection."

Pas de cible, pas de signal, pas de limite.

PROMPT ROBUSTE

"Tu es commercial B2B. Cible : garages indépendants de 3 à 15 salariés. À partir de cet audit public, écris un e-mail de 70 mots max : observation réelle, impact possible, mini-audit, CTA faible friction. Pas de promesse de chiffre."

1

Brief. Donnez contexte, cible et données.

2

Jet V1. Demandez une sortie structurée.

3

Audit. Faites rechercher affirmations non prouvées, données manquantes et formulations risquées.

4

V2. Réécrivez en intégrant les corrections.

5

Contrôle humain. Vérifiez noms, prix, dates, liens et intention.

PROMPT DE REVUE

Critique cette sortie comme un responsable qualité.
Signale : 1) affirmations non prouvées, 2) données

manquantes, 3) formulations trop commerciales, 4) risques de confusion, 5) corrections prioritaires. Puis produis une V2.

Analyser un fichier ou un tableau

- 1 **Préparez le fichier.** Noms de colonnes clairs, une ligne par observation, formats cohérents.
- 2 **Téléversez CSV, Excel ou PDF.** Dites ce que vous voulez comprendre, pas seulement “analyse”.
- 3 **Commencez par la qualité.** Demandez doublons, valeurs manquantes, erreurs de format et définitions ambiguës.
- 4 **Puis demandez les KPI.** Formules, segments, graphiques et hypothèses.
- 5 **Exportez le résultat utile.** Tableau, résumé de décision, graphique ou fichier corrigé si nécessaire.

EXEMPLE

Voici mon fichier prospects.xlsx. Audite d'abord la qualité. Puis calcule réponse, RDV, closing et panier moyen par canal. Montre les formules. Signale les échantillons trop faibles et propose trois décisions. Ne modifie pas les données source.

OFFICIEL

OpenAI indique que ChatGPT peut analyser des fichiers courants, dont XLS/XLSX/CSV/PDF, et produire tableaux et graphiques.

Utiliser l'IA sans perdre le contrôle

Risque	Protection
Fait inventé	Demander source + date + niveau de confiance
Donnée client inutile	Ne pas la transmettre / minimiser
Mauvais ton	Donner exemples approuvés + revue humaine
Chiffre erroné	Demander calcul + recalculer
Prompt trop large	Séparer en étapes
Contexte périmé	Mettre à jour fichiers / instructions

RÈGLE OPÉRATEUR

ChatGPT devient professionnel quand votre processus est professionnel : brief standard, sources, critères, revue, version finale et historique.

- ☐ Les données sont nécessaires et autorisées.
- ☐ Les faits importants sont vérifiés.
- ☐ Les résultats financiers sont présentés comme hypothèses si nécessaire.
- ☐ Le livrable a été relu par un humain.

Étude de marché avec Perplexity

- 1 **Commencez par une question étroite.** “Quelles difficultés de suivi des demandes sont documentées chez les TPE de services en France ?”
- 2 **Demandez des sources primaires.** Organismes publics, études sectorielles, éditeurs reconnus.
- 3 **Ouvrez les sources.** Vérifiez que la page dit réellement ce que la synthèse affirme.
- 4 **Créez une fiche preuve.** Source, date, fait, limite, implication, question à poser au terrain.
- 5 **Cherchez l'opposé.** “Quelles preuves contredisent mon hypothèse ?”

Source	Date	Fait	Limite	Test terrain
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

PROMPT

Recherche des sources récentes et crédibles sur [question]. Pour chaque élément : source, date, périmètre, chiffre exact si disponible et limite. Termine par ce qui reste inconnu et cinq questions à poser à de vrais clients.

Créer une fiche commerciale A4

1

Accueil → Créer un design. Choisissez un document A4.

2

Définissez le système visuel. 2 polices, 3 couleurs, mêmes marges et espacements.

3

Créez la hiérarchie. Titre, problème, résultat, livrables, preuve, CTA.

4

Ajoutez une seule preuve forte. Capture autorisée, mini-cas ou KPI sourcé.

5

Exportez en PDF. Relisez le fichier exporté, pas seulement l'éditeur.

GARAGE FLOW

Centraliser les demandes et suivre les relances

Problème

Demandes dispersées

Résultat

Suivi visible

Livrables

CRM • modèles • rapport

CTA

Audit 15 min

TEST 10 SECONDES

Montrez la page à quelqu'un qui ne connaît pas votre offre. S'il ne comprend pas cible, problème et prochaine étape en 10 secondes, simplifiez.

Créer 3 supports cohérents

Support	But	Règle
Fiche A4	Vendre	Une promesse, un CTA
Post carré	Attirer	Une idée, peu de texte
Carrousel	Éduquer	1 idée par page, progression
Proposition	Décider	Diagnostic, périmètre, prix

SYSTÈME DE MARQUE

Même typographie, même couleur d'accent, même style de tableaux, mêmes icônes. Le client doit reconnaître votre marque sans voir le logo.

BRIEF DESIGN

Crée un brief de mise en page premium pour une offre B2B. Ton : sobre, crédible. Cible : [cible]. Promesse : [promesse]. Donne hiérarchie, sections, texte court par bloc, recommandations de visuels et erreurs à éviter.

Produire une vidéo courte en 30 minutes

Temps	Bloc	But
0-3 s	Hook	Faire comprendre le problème
3-12 s	Situation	Montrer une scène réelle
12-28 s	Démonstration	Expliquer la méthode
28-38 s	Preuve	Capture / chiffre vérifiable
38-45 s	CTA	Une action simple

- 1 **Nouveau projet → importez vos séquences.**
- 2 **Placez les meilleurs plans d'abord.** L'ordre de tournage n'est pas l'ordre du montage.
- 3 **Coupez silences et répétitions.**
- 4 **Ajoutez les sous-titres automatiques puis relisez-les.** Noms, chiffres et jargon sont souvent mal transcrits.
- 5 **Ajoutez identité et CTA, puis exportez.** Mesurez rétention, réponses et clics, pas seulement les vues.

SCRIPT 45 S

Transforme [idée] en script oral de 45 secondes : hook concret, problème, démonstration, preuve uniquement

si fournie, CTA unique. Phrases courtes, aucune promesse garantie.

Créer votre base Airtable / Notion

- 1 **Créez une base.** Nom : "Prospection - [niche]".
- 2 **Ajoutez les champs.** Entreprise, contact, source, signal, statut, prochaine action, valeur potentielle, opposition, notes.
- 3 **Créez les statuts.** À contacter → Contacté → Réponse → RDV → Proposition → Gagné / Perdu.
- 4 **Ajoutez une vue "Aujourd'hui".** Filtre : prochaine action = aujourd'hui.
- 5 **Ajoutez une vue "Opposition".** Ces contacts ne doivent plus être inclus dans les envois.

Entreprise	Statut	Prochaine action	Opposition
Garage Martin	RDV	15/09 11h	Non
Auto Plus	Contacté	16/09	Non
Garage X	Perdu	-	Oui

PARTIE 6

Tutoriel complet : premier client

Un scénario intégral, de la recherche au rapport mensuel. Entreprise fictive, chiffres simulés, gestes reproductibles.

6

Le scénario : Atelier Nova

Sofia démarre seule. Elle choisit une offre simple pour garages indépendants : centraliser les demandes, suivre les relances, publier du contenu utile et produire un rapport mensuel.

Élément	Scénario pédagogique
Prestataire	Sofia - freelance / micro-agence
Client fictif	Atelier Nova - garage indépendant - 4 personnes
Zone	Agglomération de Tours
Problème	Demandes par téléphone, Google, Facebook ; suivi irrégulier
Budget test	790 € / mois + setup 390 €
Durée pilote	30 jours
KPI	Demandes, délai de réponse, devis, RDV, travaux signés

POSITIONNEMENT

Sofia ne vend pas “de l’IA”. Elle vend un système simple de suivi, de communication et de visibilité sur les demandes.

Étape 1 - Recherche et choix de niche

Critère	Garage	Salon beauté	Restaurant
Douleur visible	4/5	4/5	3/5
Budget potentiel	4/5	3/5	3/5
Accès décideur	4/5	4/5	3/5
Récurrence	5/5	4/5	4/5
Preuve mesurable	5/5	3/5	3/5

- 1 Sofia lit des sources sectorielles et observe 20 entreprises localement.
- 2 Elle note uniquement des faits publics : formulaire, avis, fréquence de publication, canaux visibles.
- 3 Elle parle à 5 responsables de garage avant de finaliser l'offre.
- 4 Elle découvre que le problème récurrent n'est pas "manquer d'IA" mais **ne pas savoir quoi rappeler et quand**.

PROMPT DE SYNTHÈSE

Voici mes notes de 5 entretiens. Regroupe uniquement les problèmes réellement cités. Pour chaque problème : fréquence, impact exprimé, solution actuelle, budget évoqué, incertitude. N'invente aucun besoin.

Étape 2 - Mini-audit public en 15 minutes

Observation publique	Hypothèse à vérifier	Question
Avis récents sans réponse	Réputation peu suivie	Qui répond aujourd’hui aux avis ?
Formulaire générique	Qualification difficile	Quelles infos manquent avant de rappeler ?
Facebook peu actif	Contenu irrégulier	Le contenu génère-t-il des demandes ?
Téléphone très mis en avant	Canaux dispersés	Où notez-vous les demandes ?

INTERDIT

Écrire “vous perdez 30 % de clients” sans données.
Remplacez par une observation et une question.

PROMPT AUDIT PUBLIC

À partir uniquement de ces éléments publics [coller les faits], propose 4 observations. Pour chacune : fait visible, hypothèse possible clairement étiquetée, question à poser et amélioration testable. Interdiction d’inventer des chiffres.

Étape 3 - Construire la liste de 30 prospects

- 1 **Sourcez manuellement 30 entreprises pertinentes.** Site, annuaire professionnel, carte, réseau local ou recommandations.
- 2 **Enregistrez seulement ce qui est utile.** Entreprise, contact professionnel, source, signal, prochaine action.
- 3 **Ajoutez une colonne “raison du contact”.** Elle doit être spécifique à chaque prospect.
- 4 **Excluez les contacts non pertinents.** Pas de volume pour le volume.
- 5 **Préparez la gestion de l’opposition.** Un refus doit bloquer les futures campagnes.

Entreprise	Source	Signal	Statut
Atelier Nova	Google	Avis sans réponse	À contacter
Garage Martin	Site	Formulaire flou	À contacter
Auto 37	Facebook	7 semaines sans post	À contacter

BUT

À la fin, Sofia a 30 prospects avec une raison claire de les contacter - pas une liste achetée de 3 000 adresses.

Étape 4 - Message et relances

MESSAGE J0

Bonjour Marc, j'ai regardé rapidement le parcours de contact d'Atelier Nova. J'ai noté que vos demandes peuvent arriver par plusieurs canaux et que certains avis récents n'ont pas de réponse. Je ne peux pas savoir si cela crée des oublis sans vos données. J'ai préparé une checklist de suivi en 5 points. Je vous l'envoie ?

RELANCE J+3

Je complète avec une idée simple : un statut unique pour chaque demande (nouvelle / rappel / devis / RDV / perdu) permet déjà de voir ce qui reste à traiter. Je peux vous envoyer le modèle en une page.

RELANCE J+8

Dernier message de ma part. Si le suivi des demandes n'est pas prioritaire, aucun souci. Si vous voulez la checklist, je vous l'envoie et je n'insiste pas davantage.

Simulation	Volume
Prospects ciblés	30
Réponses	7
RDV	3
Propositions	1

Simulation	Volume
Client signé	1

Simulation pédagogique, pas prévision.

Étape 5 - Rendez-vous de découverte

Sofia : Sur un mois normal, combien de demandes arrivent environ ?

Client : Entre 15 et 25.

Sofia : Où les notez-vous ?

Client : Téléphone, SMS, parfois un carnet.

Sofia : Comment savez-vous qu'un devis doit être relancé ?

Client : Honnêtement, surtout de mémoire.

Sofia : Si on améliorerait une seule chose en 30 jours ?

Client : Avoir tout au même endroit et savoir qui rappeler.

DIAGNOSTIC

Problème confirmé : dispersion des demandes et absence de prochaine action visible. Sofia peut maintenant proposer un pilote ciblé.

☐ Volume approximatif noté comme "déclaré".

☐ Décideur identifié.

☐ Priorité réelle confirmée.

☐ Outils actuels connus.

☐ Critère de succès discuté.

Étape 6 - Proposition commerciale

Bloc	Proposition Atelier Nova
Objectif 30 jours	Centraliser les nouvelles demandes et installer une routine de suivi
Setup	CRM minimal + statuts + prochaine action + modèles
Communication	4 contenus + réponses aux avis validées
Pilotage	Rapport demandes / devis / RDV / délai
Setup	390 € - simulation
Récurrent	790 € HT / mois - simulation
Limites	Pas de leads ni CA garantis ; données fournies par le client

PHRASE DE CLOSING

“Si votre priorité est bien d’avoir toutes les demandes au même endroit et de savoir qui rappeler, je peux mettre en place le système cette semaine. On teste 30 jours, on mesure, puis on décide sur les données.”

PROMPT PROPOSITION

Rédige une proposition commerciale d’une page à partir de ce diagnostic [coller]. Inclure : contexte, objectif 30 jours, périmètre, responsabilités client, planning, prix,

limites et prochaine étape. Aucun résultat financier garanti.

Étape 7 - Onboarding jour 1

À obtenir	Exemple
Interlocuteur	Marc - gérant
Accès	Fiche établissement, Canva, CRM si existant
Données de base	Demandes / devis du mois précédent si disponibles
Validation	Marc valide contenus et réponses aux avis
Délai	48 h max pour validations
Confidentialité	Accès nominatifs, MFA, pas de mot de passe partagé
Fin de mission	Révocation de tous les accès

- ☐ Périmètre signé.
- ☐ Responsabilités client claires.
- ☐ Accès minimum nécessaires.
- ☐ Baseline enregistrée.
- ☐ Canal de validation défini.
- ☐ Rendez-vous bilan déjà planifié.

SÉCURITÉ

Demandez des accès nominatifs lorsque possible.

Évitez d'échanger des mots de passe par e-mail ou de conserver des secrets dans les prompts.

Étape 8 - Mise en place du CRM

Statut	Définition	Prochaine action
Nouvelle	Demande reçue, non traitée	Rappeler / répondre
Contactée	Premier contact fait	Qualifier
Devis	Devis envoyé	Relancer à date
RDV	Rendez-vous planifié	Préparer
Gagnée	Travail confirmé	Planifier
Perdue	Refus / non pertinent	Motif
Opposition	Ne plus contacter	Bloquer prospection

Nom	Statut	Date	Action
Julie D.	Devis	12/09	Relancer 17/09
Thomas R.	RDV	13/09	RDV 16/09
Marc L.	Nouvelle	14/09	Appeler aujourd'hui

RÈGLE

Aucune fiche active ne doit rester sans prochaine action.

Étape 9 - Automatisation Make

FORMULAIRE



CRM



NOTIF.



BROUILLON IA



VALIDATION

1

Une nouvelle demande arrive via formulaire ou saisie interne.

2

Make crée / met à jour la fiche après contrôle du doublon.

3

Le gérant reçoit une notification "nouvelle demande".

4

Un brouillon de réponse est généré à partir des données disponibles.

5

Le brouillon est relu et envoyé manuellement au début.

6

L'action et l'heure sont enregistrées dans le journal.

TESTS

Sofia teste un doublon, un e-mail vide, un prospect opposé et une panne du module IA avant activation.

Étape 10 - Production hebdomadaire

Moment	Action	Outil	Contrôle
Chaque jour	Prioriser rappels	CRM + IA	Gérant valide / appelle
1×/semaine	Contenu local	ChatGPT + Canva	Exactitude + ton
Après chantier	Demande d'avis	Modèle	Vrai client uniquement
Vendredi	Nettoyage CRM	CRM	Statuts + prochaines actions
Fin de mois	Rapport KPI	Tableur + ChatGPT	Chiffres + causalité prudente

PROMPT PRIORITÉ

Voici les demandes du jour avec statut, date, urgence déclarée et prochaine action. Classe-les en : Aujourd’hui / Cette semaine / En attente. Explique la règle. Ne modifie aucune donnée. Si une information manque, écris “à vérifier”.

TEMPS CIBLE

Le but n’est pas d’automatiser 100 %. Le but est de rendre la prestation répétable, contrôlable et rentable.

Étape 11 - Rapport, marge et décision

KPI	Baseline	Mois test	Écart
Demandes suivies	12	19	+7
Devis envoyés	7	12	+5
Travaux signés	4	6	+2
Délai médian réponse	~6 h	~2 h	-4 h
Avis répondus	30 %	90 %	+60 pts

CAUSALITÉ

La progression observée n'est pas automatiquement causée par la prestation : saisonnalité, qualité des demandes et disponibilité peuvent expliquer une partie de l'écart. Mesurez sur plusieurs périodes.

Économie mission	Simulation
Facturation	790 €
Outils directs	55 €
Temps	11 h
Temps valorisé 30 €/h	330 €
Marge contributive	405 €

Si la valeur est claire et la charge maîtrisée : standardiser. Si la charge explose : réduire le périmètre, augmenter le prix ou améliorer le processus avant de signer le client suivant.

PARTIE 7

Exercices et modèles

Corrections, templates à copier, checklist du premier client et plan personnel de 30 jours.



Améliorer un prompt

À CORRIGER

“Trouve-moi un business IA rentable et fais la pub.”

“Rentable” non défini • aucune cible • aucun budget • aucune preuve • aucun format.

CORRECTION

“Propose 5 services B2B assistés par IA pour une personne seule en France, budget outils max 150 €/mois. Évalue urgence, difficulté de vente, récurrence, délai de livraison et preuve de valeur. Distingue faits et hypothèses. Termine par un test de 7 jours pour les 2 meilleures idées.”

POURQUOI

La deuxième version ne garantit rien ; elle crée des critères comparables, des contraintes et une sortie actionnable.

Passer d'une offre vague à une offre achetable

OFFRE FAIBLE

"On automatise votre business et on vous fait gagner du temps."

OFFRE AMÉLIORÉE

"Pour garages indépendants : tableau de suivi des demandes, modèles de relance, 8 contenus mensuels et rapport des sources de demandes. Setup en 7-10 jours après réception des accès. Aucun volume de leads ou CA garanti."

À vérifier	Question
Valeur	Quel KPI doit bouger ?
Périmètre	Qu'est-ce qui est inclus / exclu ?
Charge	Combien d'heures par client ?
Preuve	Que pouvez-vous démontrer aujourd'hui ?
Risque	Qu'est-ce qui dépend du client ?

Corriger une prospection qui ressemble à du spam

À ÉVITER

“Nous sommes les leaders de l’IA et pouvons doubler vos clients grâce à nos automatisations révolutionnaires.”

VERSION CORRIGÉE

“J’ai vu que votre formulaire ne confirme pas visiblement la demande après envoi. Je ne peux pas savoir si cela crée des pertes, mais c’est facile à tester. J’ai une checklist de suivi en 5 points. Je vous l’envoie ?”

STRUCTURE

Observation vérifiable → prudence sur la conséquence
→ ressource utile → CTA faible friction.

Fiche d'onboarding client

Bloc	À renseigner
Entreprise	Nom, site, activité, zone, interlocuteur
Objectifs	3 résultats prioritaires + mesure
Baseline	KPI actuels + période
Accès	Outils, droits, propriétaire
Validation	Qui valide quoi ? délai ? canal ?
Données	Quelles données personnelles / confidentielles ?
Périmètre	Livrables, fréquence, exclusions
Planning	Setup, jalons, réunion mensuelle
Facturation	Prix, échéance, commande si besoin

QUESTION FINALE

“À la fin des 30 premiers jours, qu’est-ce qui vous ferait dire que la collaboration part dans la bonne direction ?”

MODÈLE

CRM prospect prêt à reproduire

Entreprise	Contact	Source	Signal	Statut	Prochaine action	Valeur	Opposition
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	☐
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	☐
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	☐
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	☐
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	☐

RÈGLE CRM

Chaque opportunité active a une prochaine action et une date. Sans prochaine action, le CRM devient un cimetière de contacts.

Rapport mensuel client

Section	Contenu
Résumé	3 faits importants du mois
KPI	Valeurs vs baseline / période précédente
Actions	Ce qui a réellement été réalisé
Explications	Causes probables + niveau de certitude
Limites	Données manquantes, saisonnalité, dépendances
Décisions	3 actions du mois suivant + responsable

RÉSULTATS

- 19 demandes suivies
- 12 devis
- ~2 h délai médian

CE QUI A CHANGÉ

Centralisation des demandes et relance datée.

PROCHAINE DÉCISION

Mesurer le taux devis → travaux pendant deux mois supplémentaires.

NE PAS FAIRE

Attribuer automatiquement toute hausse de CA à votre prestation sans méthode d'attribution crédible.

CHECKLIST

Premier client - de la niche à la livraison

- ☐ J'ai choisi une niche et parlé à au moins 5 personnes.
- ☐ Je peux décrire le problème avec les mots du client.
- ☐ Mon offre tient sur une page et contient des exclusions.
- ☐ J'ai défini 2 à 4 KPI de valeur.
- ☐ J'ai une liste de prospects ciblés et la source de chaque contact.
- ☐ Mon message se base sur un fait public ou une raison pertinente.
- ☐ Je peux gérer une opposition à la prospection.
- ☐ J'ai un script de découverte et une proposition courte.
- ☐ L'onboarding définit accès, données, validations et responsabilités.
- ☐ Le CRM contient une prochaine action pour chaque demande.
- ☐ Les sorties IA sensibles sont relues humainement.
- ☐ Le rapport distingue faits, hypothèses et causalité.

☐ Je connais la marge contributive de la mission.

☐ Tous les accès peuvent être révoqués en fin de mission.

SEUIL DE PASSAGE

Ne signez pas dix clients avant d'avoir livré proprement les premiers. La répétabilité vient avant l'échelle.

Votre plan personnel sur 30 jours

Semaine	Objectif	Actions	KPI
S1	Comprendre le marché	5 entretiens + 3 niches scorées	Entretiens réalisés
S2	Créer l'offre	Offre V1 + fiche A4 + 30 prospects	Offre prête / liste
S3	Tester la vente	20 messages + RDV	Réponses / RDV
S4	Vendre ou corriger	RDV + proposition + bilan	Vente / apprentissage

Mon goulot actuel :

Mon test de la semaine :

Critère de succès :

SPRINT

7 jours pour passer du PDF à l'action

Jour	Action	Livrable
J1	Choisir une niche + 10 hypothèses	Fiche niche
J2	Interviewer 3 à 5 personnes	Notes
J3	Écrire offre V1 + prix + limites	Offre 1 page
J4	Créer audit + 20 prospects	Liste
J5	Envoyer 10 messages	KPI réponse
J6	10 messages + relances utiles	KPI mis à jour
J7	Analyser réponses, objections, RDV	Décision V2

RÉUSSITE DU SPRINT

Vous n'avez pas besoin d'avoir "réussi le business" en 7 jours. Vous devez avoir appris quelque chose de concret sur la cible, la douleur, le message ou l'offre.

PARTIE 8

France, sécurité et confiance

Repères 2026 pour vendre proprement, facturer, prospecter et protéger les données clients.



Créer l'activité : quoi vérifier

- **Forme** : micro-entreprise, entreprise individuelle ou société selon activité, charges, protection et besoins.
- **Immatriculation** : utilisez le guichet officiel des formalités et vérifiez les délais applicables à votre situation.
- **Activité réglementée** : vérifiez diplôme, assurance ou autorisation si votre service touche un secteur réglementé.
- **Contrats** : définissez périmètre, prix, délais, responsabilités, confidentialité et conditions de résiliation.
- **Seuils** : ne copiez jamais un chiffre ancien ; vérifiez l'année courante.

REPÈRE 2026

Bercy indique pour 2026 un seuil annuel de chiffre d'affaires de **83 600 €** pour les prestations de services relevant du régime micro, sous réserve des conditions applicables. Ce seuil n'est pas le même sujet que la franchise en base de TVA.

Factures et facturation électronique

Contrôle facture	À vérifier
Identification	Émetteur, client, identifiants, adresses
Traçabilité	Date, numéro unique, date de prestation
Prestation	Désignation, quantité, prix, TVA / exonération
Paieement	Total, échéance, pénalités, indemnité B2B si applicable
Cas particuliers	Mentions spécifiques selon situation

CALENDRIER ACTUEL

Depuis le **1er septembre 2026**, les entreprises concernées doivent être capables de recevoir des factures électroniques. L'émission est déjà obligatoire pour les grandes entreprises et les entreprises de taille intermédiaire (ETI) ; elle doit s'étendre aux PME et micro-entreprises au **1er septembre 2027** selon le calendrier officiel.

Source : Ministère de l'Économie - septembre 2026.

Prospection B2B et opposition

- **Information** : la personne doit comprendre qui la contacte et pourquoi.
- **Pertinence** : en B2B, la sollicitation doit être liée à l'activité professionnelle de la personne lorsque vous vous appuyez sur l'intérêt légitime.
- **Opposition** : elle doit pouvoir cesser simplement et gratuitement les messages futurs.
- **Liste repoussoir** : conservez un mécanisme permettant d'exclure durablement les personnes opposées.
- **Minimisation** : collectez seulement les données réellement utiles.
- **Canaux** : les règles ne sont pas identiques pour e-mail, SMS, téléphone, particuliers et professionnels.

CNIL 2026

La CNIL recommande notamment de pouvoir prendre en compte l'opposition dans la durée et indiquer une conservation minimale de trois ans pour les informations nécessaires à cette liste d'opposition.

Sécurité et confidentialité client

Risque	Règle minimale
Mots de passe partagés	Accès nominatifs + gestionnaire + MFA
Droits excessifs	Principe du moindre privilège
Données copiées partout	Une source de vérité + minimisation
IA externe	Vérifier conditions, plan, données et sous-traitants
Fin de mission	Révoquer accès et restituer / supprimer selon accord
Erreur humaine	Validation pour envois sensibles
Panne / mauvaise action	Journal + sauvegarde + procédure de retour arrière

IMPORTANT

Ne supposez pas que tous les plans et outils ont les mêmes garanties de confidentialité. Vérifiez les conditions de l'outil que vous utilisez avant d'y traiter des données client.

- ☐ MFA activée.
- ☐ Accès client documentés.

☐ Données sensibles évitées si inutiles.

☐ Sauvegarde prévue.

☐ Révocation des accès documentée.

QUALITÉ

Ce que l'IA ne doit pas décider seule

- Conseils juridiques, médicaux ou financiers à fort enjeu sans professionnel compétent.
- Affirmations factuelles importantes non vérifiées.
- Envoi automatique de messages sensibles ou contractuels sans contrôle.
- Décisions concernant des personnes sur la base de données incomplètes ou biaisées.
- Publication de données confidentielles ou personnelles sans base et procédure appropriées.

☐ Chiffres sourcés et datés.

☐ Noms, prix, liens et dates vérifiés.

☐ Contenu relu par un humain.

☐ Données client traitées de manière appropriée.

☐ Livrable conforme au périmètre.

☐ Version / sauvegarde conservée.

CONFIANCE

Votre avantage durable n'est pas seulement de produire vite : c'est de produire vite **sans perdre la preuve, la sécurité et la responsabilité.**

PARTIE 9

Ressources

30 outils classés, bibliothèque de prompts, glossaire et sources officielles utilisées pour cette édition.

9

30 IA et outils - débutant à intermédiaire

Outil	Niveau	Usage
ChatGPT	Débutant	Assistant, fichiers, données, création
Claude	Débutant	Rédaction, documents longs
Gemini	Débutant	Assistant + écosystème Google
Perplexity	Débutant	Recherche orientée sources
NotebookLM	Débutant	Synthèse à partir de sources
Canva	Débutant	Design et supports
CapCut	Débutant	Montage vidéo
Gamma	Débutant	Présentations
Microsoft Copilot	Débutant	Productivité Microsoft
Airtable	Intermédiaire	CRM / base légère
Notion AI	Intermédiaire	Documentation / organisation
Make	Intermédiaire	Automatisation visuelle
Zapier	Intermédiaire	Automatisation SaaS
Descript	Intermédiaire	Audio / vidéo / texte

Outil	Niveau	Usage
ElevenLabs	Intermédiaire	Voix et audio

RÈGLE

Les fonctionnalités, prix et noms de plans évoluent.
Consultez le site officiel avant achat.

Intermédiaire à confirmé

Outil	Niveau	Usage
Adobe Firefly	Intermédiaire	Création visuelle
Midjourney	Intermédiaire	Images créatives
Ideogram	Intermédiaire	Images + typographie
Runway	Intermédiaire	Vidéo générative
HeyGen	Intermédiaire	Avatar / présentation vidéo
Figma AI	Intermédiaire	Design produit
Suno	Intermédiaire	Audio / musique
Cursor	Confirmé	Développement assisté
Replit	Confirmé	Prototypage d'applications
GitHub Copilot	Confirmé	Assistance code
n8n	Confirmé	Automatisation avancée
OpenAI API	Confirmé	Intégration IA
Google AI Studio	Confirmé	Prototypage modèles
Perplexity API	Confirmé	Recherche intégrée
Outils transcription	Intermédiaire	Réunions / comptes rendus

AVANT DE PAYER

Problème précis ? Temps utile gagné ? Coût total ?
Doublon d'un outil existant ? Sortie possible sans
dépendance excessive ?

Prompts business prêts à adapter - 1/3

NICHE

Analyse ces 5 niches [liste]. Note /5 urgence, budget, accès au décideur, récurrence et preuve. Distingue faits et hypothèses. Propose un test terrain de 7 jours.

INTERVIEW

Prépare 12 questions non orientées pour comprendre comment [cible] gère [problème], le coût du problème, les solutions actuelles et les critères d'achat.

OFFRE

Transforme [problème] en offre : résultat, 4 livrables max, délai, responsabilités, exclusions, KPI, prix à tester et preuve nécessaire.

AUDIT PUBLIC

À partir uniquement de ces faits publics [données], propose 5 observations, hypothèses possibles, questions et tests. N'invente rien.

MESSAGE FROID

Écris 70 mots max : observation réelle, conséquence possible, ressource utile, CTA faible friction. Pas de superlatifs ni promesse de chiffre.

RELANCE

Écris 2 relances courtes, chacune apportant une nouvelle valeur. Respecte une opposition et évite toute culpabilisation.

Prompts business prêts à adapter - 2/3

DÉCOUVERTE

Crée un script de 15 minutes : situation, impact, priorité, décision, budget, puis critères de qualification.

OBJECTIONS

Joue un prospect sceptique. Une objection à la fois. Évalue ma réponse sur écoute, preuve, clarté et pression.

PROPOSITION

Rédige une proposition : contexte, diagnostic, objectif, périmètre, exclusions, planning, responsabilités, prix, limites, prochaine étape.

CONTENU

Crée 12 idées réparties entre éducation, preuve, objection, cas pratique et coulisses. Pour chaque : hook, preuve nécessaire, CTA.

VIDÉO

Transforme [idée] en script oral de 45 s : hook, problème, démonstration, preuve uniquement si fournie, CTA unique.

SOP

Transforme ce processus en procédure : objectif, prérequis, étapes, contrôle qualité, erreurs fréquentes, sortie attendue.

Prompts business prêts à adapter - 3/3

AUTOMATISATION

Cartographie [processus] en déclencheur, données, règles, actions, validations humaines, erreurs, journal et alertes.

ANALYSE CSV

Audite le fichier, calcule KPI, segments, anomalies et tendances. Montre calculs et limites. Propose 3 décisions.

RAPPORT CLIENT

Transforme ces KPI en rapport : résultats, comparaison, causes probables, limites, actions réalisées, plan du mois suivant.

RENTABILITÉ

Calcule la marge avec prix, heures, coût horaire, logiciels, sous-traitance et acquisition. Fais scénarios prudent, central, haut.

CHURN

Analyse les raisons de départ client [données]. Regroupe causes et propose actions classées impact/effort.

AUDIT FINAL

Cherche erreurs factuelles, affirmations non prouvées, incohérences, risques juridiques, promesses excessives et données sensibles.

Les termes à connaître

Terme	Définition simple
API	Moyen standard de faire communiquer deux logiciels.
Automatisation	Suite d’actions déclenchées par un événement.
Baseline	Mesure de référence avant changement.
Churn	Part des clients perdus sur une période.
Closing	Part des opportunités qui deviennent clients.
CRM	Système de suivi des contacts, opportunités et prochaines actions.
CTA	“Call to action” : action précise demandée au lecteur ou au prospect, par exemple répondre, réserver ou demander un audit.
Hallucination	Information fausse ou inventée produite par un modèle.
KPI	Indicateur lié à une décision.
Lead	Contact ou entreprise ayant montré un intérêt ou pouvant devenir une opportunité commerciale.
MRR	Revenu mensuel récurrent actif.
Onboarding	Phase de démarrage avec un nouveau client : objectifs, accès, données, responsabilités, validations et planning.

Terme	Définition simple
Prompt	Instruction et contexte donnés au modèle.
RAG / contexte documentaire	Réponse enrichie par des documents de référence.
Setup	Mise en place initiale d'un service ou d'un système avant son utilisation régulière.
SOP	Procédure opératoire standard.
Webhook	Événement envoyé automatiquement d'un outil à un autre.
Workflow	Suite ordonnée d'étapes, manuelles ou automatisées, qui transforme une entrée en résultat contrôlé.

Références officielles - IA & automatisation

MARCHÉ & ADOPTION

Bpifrance - bilan de l'appropriation de l'IA par les entreprises françaises

presse.bpifrance.fr - publication 2026

CHATGPT

OpenAI Help Center - Projets dans ChatGPT

help.openai.com - Projects

OpenAI Help Center - Analyse de données avec ChatGPT

help.openai.com - Data analysis

OpenAI - Guide petites équipes / PME

openai.com - SMB guide

AUTOMATISATION

Make Help Center - Create your first scenario

help.make.com - first scenario

Références officielles - France

CRÉATION / RÉGIME MICRO

Ministère de l'Économie - Micro-entrepreneurs : comment déclarer vos revenus ?

economie.gouv.fr - mise à jour 2026

FACTURATION ÉLECTRONIQUE

Ministère de l'Économie - Tout savoir sur la facturation électronique

economie.gouv.fr - calendrier 2026/2027

PROSPECTION & OPPOSITION

CNIL - Prospection commerciale

cnil.fr - thématique prospection

CNIL - Liste repoussoir et droit d'opposition

cnil.fr - 10 juin 2026

NOTE

Les règles, seuils et calendriers peuvent évoluer. Vérifiez la version la plus récente des sources officielles avant toute décision.

CLÔTURE

Maîtriser. Vendre. Livrer. Mesurer.

Puis automatiser ce
qui fonctionne.

1 Choisissez une niche.

2 Parlez au marché.

3 Vendez un résultat.

4 Livrez proprement.

5

Mesurez la marge.

6

Automatisez le stable.

Votre prochain progrès ne vient probablement pas d'un nouvel outil. Il vient de la prochaine conversation réelle avec un client.