

Brancher Claude sur vos fichiers et vos mails, puis la veille, la prospection et le contenu. 10 prompts, 4 automatisations, 6 outils, 4 skills.

BLYX-AGENCY.COM · 21 AOÛT 2026

COMMENT INTÉGRER L'IA DANS SA PME par Pierre Cordelier.

La plupart des dirigeants qui disent avoir « testé l'IA » ont ouvert un onglet, posé trois questions, trouvé les réponses correctes et refermé l'onglet. Rien n'a changé dans leur semaine. C'est logique : l'outil ne touchait ni leurs fichiers, ni leurs mails, ni leurs clients. Il donnait des réponses générales à une entreprise qu'il ne connaissait pas.

Ce guide fait l'inverse. Il branche Claude sur ce qui existe déjà chez vous : vos classeurs Excel, vos documents Word, vos présentations, votre messagerie professionnelle. Puis il installe quatre routines qui tournent sans vous, dans le cadre juridique qui va avec.

Un chiffre pour situer l'enjeu, et c'est un chiffre mesuré, pas déclaré. L'Observatoire de l'infobésité et de la collaboration numérique a analysé les métadonnées réelles de communication de près de 29 000 personnes sur l'année 2025 : un dirigeant passe **11 heures et 8 minutes par semaine** à traiter ses messages. Pas à décider. À traiter. C'est une journée et demie, toutes les semaines, prise sur le reste.

Vous y trouverez **10 prompts experts, 4 automatisations, 6 outils et 4 skills Claude** prêts à copier, répartis sur les quatre volets annoncés : Pack Office, la boîte mail, la veille, la prospection et le contenu.



Un avertissement utile avant de commencer. Ce document décrit des procédures qui bougent vite. Chaque procédure porte donc la date à laquelle elle a été vérifiée, le plan d'abonnement qu'elle exige et son statut. Si un écran ne ressemble pas à ce qui est écrit ici, c'est probablement que la fonctionnalité a évolué depuis. Le raisonnement, lui, tient.

1. Comment lire ce guide, et ce qu'il contient exactement

Trois minutes de lecture, et vous saurez où aller directement.

L'ordre compte. Les quatre volets sont dans l'ordre où il faut les installer, pas dans l'ordre de leur intérêt. Le Pack Office d'abord, parce que c'est là que sont vos données et que tout le reste s'appuie dessus. La boîte mail ensuite, parce que c'est le poste qui vous coûte le plus d'attention. La veille en troisième. La prospection et le contenu en dernier, parce que ce sont les deux seuls sujets où une IA mal configurée peut vous faire du tort en public.

Ce que vous allez installer.

Volet	Ce qui s'installe	Temps	Coût
1. Pack Office	Connecteur Microsoft 365 et compléments Claude dans Excel, Word, PowerPoint	25 min	Inclus dans un abonnement payant





	Le tri du matin, et la grille de priorisation de ce qu'il faut automatiser	10 min, plus un relevé de 5 jours	Inclus
3. Veille	Une routine hebdomadaire et deux sources publiques gratuites	20 min	0 € possible
4. Prospection et contenu	Deux skills et une méthode de recyclage	30 min	0 € possible

Le décompte promis, et où le trouver.

- ✓ **10 prompts experts** : les prompts 1 à 3 au volet 1, 4 à 6 au volet 2, 7 et 8 au volet 3, 9 et 10 au volet 4.
- ✓ **4 automatisations** : A1 le rapport mensuel, A2 le tri de 8h15, A3 la veille du lundi, A4 le carnet de matière. Une par volet.
- ✓ **6 outils** : la section 8 les liste avec leur prix relevé et l'endroit où sont vos données.
- ✓ **4 skills Claude** : en section 7, avec le contenu complet du fichier à copier.

Une seule chose à faire avant tout le reste : la section suivante.

Quinze minutes, une fois dans votre vie. Si vous sautez cette section, les dix prompts vous rendront des textes corrects et interchangeable, et vous conclurez que l'IA est décevante. Ce sera exact, et ce sera votre faute.



2. Le bloc de contexte, à écrire une fois et à

Blyx partout



Un prompt sans contexte produit une moyenne statistique : le message que n'importe qui aurait pu écrire, sur n'importe quel produit, pour n'importe quel client. Grammaticalement irréprochable, commercialement mort.

Prenez quinze minutes, remplissez ce bloc, et gardez-le à portée de copier-coller. Vous le collerez au début de vos conversations, et il ira dans vos quatre skills de la section 7.

[CONTEXTE ENTREPRISE]

L'ENTREPRISE

- Nom : [nom]
- Secteur et zone : [secteur, département ou région]
- Taille : [effectif, chiffre d'affaires si vous acceptez de l'écrire]
- Ce qu'on vend : [une phrase, sans jargon de métier]
- Ce que le client achète vraiment : [le résultat pour lui : des heures récupérées, une amende évitée, une nuit de sommeil]
- Panier moyen : [montant] · Délai moyen de signature : [durée]

LE CLIENT TYPE

- Type d'entreprise : [secteur, taille, zone]
- Interlocuteur : [la fonction exacte de qui décide et signe]
- Son problème avant de nous appeler : [avec ses mots à lui]
- Ce qu'il a déjà essayé sans succès : [la fausse bonne solution du voisin]
- Le déclencheur : [l'événement qui transforme « un jour » en « maintenant »]

CE QUI NOUS DISTINGUE

- Trois raisons de nous choisir : [1, 2, 3]
- Ce qu'on refuse de faire : [les limites assumées]
- Nos trois concurrents les plus fréquents : [noms ou types]





– Une phrase qu'un client a réellement dite : [verbatim]

MA VOIX

- Ton : [trois adjectifs]
- Je ne dis jamais : [les mots que vous détestez lire sous votre nom]
- Longueur habituelle : [courte, moyenne, longue]
- Je tutoie ou je vouvoie : [au choix]

[FIN DU CONTEXTE]

Deux lignes portent la moitié du résultat, et ce sont les deux que tout le monde bâcle.

« **Ce que le client achète vraiment.** » Personne n'achète une prestation. On achète du temps rendu, un risque écarté, une charge mentale en moins. Tant que cette ligne parle de votre produit, tous vos textes parleront de vous. Or personne ne lit un texte qui parle de son auteur.

« **Ce qu'il a déjà essayé sans succès.** » C'est la ligne qui rend un message crédible en une phrase. Nommer précisément la fausse bonne solution que votre prospect a testée l'an dernier prouve que vous connaissez sa situation mieux que les douze personnes qui l'ont démarché ce mois-ci.

*Dans tout ce qui suit, les **crochets [comme ceci]** sont les seuls endroits à remplacer. Le reste se colle tel quel.*



3. Volet 1. Brancher Claude sur le Pack Office



C'est l'étape qui change tout, et c'est celle que presque personne ne

fait. Tant que Claude ne voit pas vos fichiers, il répond à une entreprise imaginaire.

Deux branchements différents existent, et on les confond souvent. Ils ne servent pas à la même chose et ne demandent pas le même abonnement.

3.1 Les deux branchements, et lequel vous concerne

Le connecteur Microsoft 365. Il donne à Claude l'accès à vos documents SharePoint et OneDrive, à vos fils de mails Outlook, à votre calendrier et à vos discussions Teams. Vous restez dans Claude, et Claude va chercher chez vous. C'est le branchement le plus important des deux.

Les compléments dans les applications. Ce sont des panneaux Claude qui s'ouvrent à l'intérieur d'Excel, de Word et de PowerPoint. Vous restez dans votre fichier, et Claude travaille dedans. C'est le confort quotidien.

	Connecteur Microsoft 365	Compléments dans Excel, Word, PowerPoint
Où vous êtes	Dans Claude	Dans votre fichier Office
Ce que ça touche	SharePoint, OneDrive, Outlook, calendrier, Teams en lecture	Le classeur ou le document ouvert
Abonnement	Tous les plans, y compris gratuit	Plans payants uniquement



Compte
requis

Compte professionnel
Microsoft 365

Microsoft 365 avec droit
d'installer un complément

Deux points de blocage classiques, autant les connaître avant de perdre une demi-heure.

Un compte Microsoft personnel ne marche pas. Le connecteur exige un compte professionnel ou scolaire rattaché à un annuaire Microsoft Entra. Une adresse en `outlook.com`, `hotmail.com` ou `live.com` sera refusée. Si votre entreprise tourne encore sur des adresses personnelles, c'est le vrai premier chantier, et il est plus urgent que l'IA.

Il faut un administrateur pour la première autorisation. Le connecteur demande un consentement au niveau de l'organisation, donné une seule fois par la personne qui administre votre Microsoft 365. Dans une TPE, c'est souvent vous. Dans une PME, c'est votre prestataire informatique. Prévenez-le avant, la demande d'autorisation dans son écran d'administration a l'air suspecte quand elle arrive sans explication.

3.2 La procédure, vérifiée le 21 août 2026

Le connecteur Microsoft 365, environ 10 minutes.

1. Dans Claude, ouvrez les **Réglages**, puis **Connecteurs**.
2. Cherchez **Microsoft 365** dans le catalogue et lancez la connexion.
3. Connectez-vous avec votre compte professionnel Microsoft.
4. Si vous n'êtes pas administrateur, l'écran vous propose de demander l'autorisation. Elle doit être accordée une fois pour toute



l'organisation.



Blyx



Restez avec une demande où la réponse ne peut venir que de chez vous : « Retrouve dans mes documents la dernière proposition envoyée à [nom d'un client] et résume ce qu'on lui avait promis. »

Si le test échoue alors que le connecteur est bien branché, c'est presque toujours que le document cherché est sur un disque local et pas sur OneDrive ou SharePoint. Le connecteur ne voit que le nuage.

Les compléments Excel, Word et PowerPoint, environ 5 minutes chacun.

1. Ouvrez Excel, onglet **Insertion**, puis **Compléments**.
2. Cherchez **Claude** et installez le complément.
3. Ouvrez le panneau avec `Ctrl+Alt+C` sur Windows, `Ctrl+Option+C` sur Mac.
4. Connectez-vous avec le compte de votre abonnement Claude payant.
5. Répétez pour Word et PowerPoint. Le complément Outlook existe aussi, en version bêta au 21 août 2026 : installez-le si vous acceptez l'idée qu'une bêta se comporte parfois mal.

Un détail qui rassure et qu'il faut connaître : dans les compléments, **rien n'est enregistré tant que vous n'avez pas validé**. Claude propose des modifications suivies, vous les acceptez ou vous les refusez. Vous ne risquez pas de retrouver un classeur écrasé.

3.3 Ce que ce branchement ne fait pas

Trois limites réelles, à connaître avant d'y perdre du temps.



 **Les macros et le code VBA sont hors de portée.** Un classeur
d'intelligence est dans les macros ne se laissera pas analyser  par cette voie. 

- ✓ **OneNote n'est pas couvert** par le connecteur. Si vos comptes rendus vivent dans OneNote, ils resteront invisibles.
- ✓ **Teams est en lecture seule.** Claude peut résumer une discussion, il ne peut pas écrire dedans à votre place.

3.4 Les trois prompts du volet 1

Prompt 1. L'audit du classeur que vous traînez depuis trois ans.

Chaque entreprise a ce fichier : construit par quelqu'un qui est parti, modifié par cinq personnes, dont plus personne n'ose toucher les formules.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Voici mon classeur de [ce qu'il suit : suivi commercial, trésorerie, stocks].

Je l'utilise toutes les semaines et je ne sais plus exactement ce qu'il calcule.

Fais quatre choses, dans cet ordre :

1. Explique-moi en langage courant ce que fait ce classeur, onglet par onglet, comme si tu l'expliquais à mon successeur.
2. Liste les formules dont le résultat est faux, incohérent ou qui pointent vers une cellule vide. Pour chacune : sa position, ce qu'elle donne, ce qu'elle devrait donner.
3. Repère les chiffres saisis à la main là où une formule ferait travail.
4. Dis-moi les trois indicateurs que ce classeur devrait me donner



et qu'il



ne me donne pas.

Blyx



Si tu ne comprends pas à quoi sert un onglet, dis « onglet non compris » et demande-moi. N'invente aucune interprétation.

Le détail qui change tout : la dernière consigne. Sans elle, un modèle qui ne comprend pas un onglet produit une explication plausible et fausse, et vous la croirez parce qu'elle est bien écrite.

Prompt 2. Le rapport mensuel, à partir de vos exports bruts.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Voici mes exports du mois de [mois] : [liste des fichiers joints].

Construis-moi un tableau de bord d'une seule page, dans un nouvel onglet nommé « Synthèse [mois] », avec :

- Les [3 à 5] indicateurs suivants : [listez les vôtres]
- La comparaison avec le mois précédent, en valeur et en pourcentage
- La comparaison avec le même mois de l'an dernier si la donnée existe
- Un graphique par indicateur, lisible imprimé en noir et blanc

Puis, sous le tableau, écris-moi cinq lignes de commentaire : ce qui a bougé, ce qui inquiète, ce qu'il faut regarder le mois prochain.

Règle absolue : si une donnée manque pour calculer un indicateur, écris « donnée manquante » dans la cellule. N'estime jamais, ne complète jamais.



Le détail qui change tout : « lisible imprimé en noir et blanc ». Vos

graphiques finiront imprimés ou projetés. Cette contrainte élimine à elle seule les camemberts à douze couleurs illisibles.  **Blyx** 

Prompt 3. La présentation construite à partir de vos vrais documents.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

À partir des documents que je viens de te donner, prépare une présentation de [nombre] slides pour [qui la reçoit : un comité, un client, la banque].

Objectif de cette présentation : [la décision que je veux obtenir à la fin].

Contraintes :

- Chaque chiffre affiché doit venir des documents fournis. Indique entre parenthèses le fichier d'où il sort.
- Cinq points maximum par slide.
- Une slide de recommandation à la fin, avec ce que je demande précisément.
- Des notes de commentaire sous chaque slide, deux phrases, pour que je puisse la présenter sans l'avoir relue.

Si un chiffre que la présentation exige n'est nulle part dans les documents, crée la slide avec la mention [CHIFFRE À FOURNIR] et liste-les-moi à la fin.

Le détail qui change tout : demander la provenance de chaque chiffre. C'est ce qui vous permet de répondre en réunion à « ça sort d'où, ce 14 % ? », question qui arrive toujours.



3.5 Automatisation A1. Le rapport mensuel qui s'écrit sans vous

Le problème : le premier lundi du mois, vous passez deux heures à assembler les mêmes chiffres depuis les mêmes exports.

Le déclencheur : le dépôt de vos exports dans un dossier OneDrive nommé Reporting/[mois en cours] .

La chaîne :

1. Vous déposez les exports dans le dossier. C'est votre seul geste.
2. Une conversation Claude dédiée, ouverte une fois et gardée, contient le prompt 2 et votre bloc de contexte.
3. Vous écrivez une phrase : « Les exports d'août sont dans le dossier, fais la synthèse. »
4. Claude produit le classeur de synthèse et les cinq lignes de commentaire.
5. Vous relisez, vous corrigez ce qui doit l'être, vous diffusez.

Le temps réel : de deux heures à environ quinze minutes, dont dix de relecture. La relecture ne se supprime pas, et ne doit pas se supprimer.

Ce qui la fait échouer : changer la structure des exports sans le dire. Si votre logiciel de gestion modifie ses colonnes, la synthèse sortira



4. Volet 2. La boîte mail, et la priorisation de ce qu'il faut automatiser

Le volet 1 a fait le plus dur. Le connecteur Microsoft 365 que vous venez d'installer voit déjà vos mails : il n'y a rien de nouveau à brancher ici. Ce volet porte sur ce que vous allez en faire.

4.1 Ce que Claude peut faire dans votre messagerie, et ce qu'il faut lui interdire

Par défaut, le connecteur lit. Il retrouve un fil, résume un échange de quarante messages, extrait ce qui a été promis à qui et quand.

Les actions d'écriture existent aussi : rédiger un brouillon, envoyer, poser une règle ou un libellé, créer un rendez-vous. Elles ne sont disponibles que si l'administrateur de votre Microsoft 365 les a activées pour l'organisation.

Le conseil, et il est ferme : activez la rédaction de brouillons, laissez l'envoi automatique désactivé. Un mail parti tout seul chez un client ne se rattrape pas. Le gain de temps entre « un brouillon prêt que je relis en dix secondes » et « un mail parti sans moi » est nul. Le risque, lui, n'est pas nul du tout.

Ce conseil vient de devenir une vraie décision, et pas une précaution théorique. Le 18 août 2026, l'éditeur a ouvert la possibilité de retirer la confirmation avant envoi côté Gmail : Claude peut désormais envoyer, répondre et transférer sans validation humaine, si vous l'y autorisez.



fonction existe, elle est récente, et rien ne vous oblige à l'activer. Sur

Blyx professionnelle où passent des clients, gardez la confirmation.



4.2 Le tri du matin, prompt 4

L'idée n'est pas que l'IA lise vos mails à votre place. C'est qu'elle vous dise par lequel commencer.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Passe en revue les mails non lus de ma boîte de réception depuis [hier 18h].

Classe-les en quatre piles, et rien d'autre :

1. ARGENT : ce qui fait rentrer ou sortir de l'argent si je répons aujourd'hui, ou si je ne répons pas. Devis, commandes, impayés, réclamations d'un client qui pèse.
2. ENGAGEMENT : ce à quoi j'ai promis une réponse, avec la date de la promesse et le retard accumulé.
3. À DÉLÉGUER : ce que quelqu'un d'autre chez moi peut traiter. Dis qui, et écris la phrase de transfert.
4. LE RESTE : le nombre, et rien de plus. Ne le détaille pas.

Pour les piles 1 et 2, une ligne par mail : expéditeur, ce qu'il veut en sept mots, ce qui se passe si je ne répons pas aujourd'hui.

N'ouvre aucune pièce jointe de plus de [20] pages. Ne répons à personne.

Si un mail est ambigu, mets-le en pile 2 plutôt que dans le reste.

Le détail qui change tout : la pile 4, qu'on interdit de détailler. Un qui résume vos quatre-vingts mails vous fait relire quatre-vingts mails



sous une autre forme. Ce prompt vous en met huit sous les yeux et

 Blyx, ce qui est exactement ce que vous vouliez sans oser demander. 

4.3 Le brouillon de réponse, prompt 5

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Voici un mail entrant : [collez-le, ou nommez le fil].

Prépare-moi un brouillon de réponse. Ne l'envoie pas.

Avant d'écrire, applique cette règle : cherche dans mes échanges précédents avec cet interlocuteur ce qui a déjà été dit, promis ou chiffré. Si tu trouves une contradiction entre ce mail et ce qu'on s'était dit, signale-la moi en haut du brouillon, avant le texte.

Le brouillon fait au maximum [120] mots, se termine par une question ou une proposition de créneau, et ne contient aucune de ces formules : [listez vos formules détestées].

Si une information me manque pour répondre correctement, ne comble pas :
écris la question que je dois poser, et arrête-toi là.

Le détail qui change tout : la recherche de contradiction avec l'historique. C'est le seul endroit où l'IA branchée sur votre messagerie fait quelque chose qu'un rédacteur humain externe ne pourrait pas faire. Elle a lu les six mois d'échange, vous non.

4.4 Prioriser ce qu'il faut automatiser, prompt 6



C'est la question qui vaut le plus cher et que personne ne se pose dans le prompt. On automatise ce qui est amusant à automatiser, pas ce qui coûte.

Commencez par noter pendant **cinq jours** ce que vous faites de répétitif, avec le temps que ça prend. Une note sur le téléphone suffit. Sans cette liste, ce prompt tourne à vide.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Voici les tâches répétitives relevées sur une semaine, avec leur durée et leur fréquence :

[collez votre liste, une ligne par tâche : ce que je fais, combien de temps, combien de fois par semaine ou par mois, qui d'autre pourrait le faire]

Construis-moi un tableau de priorisation avec, pour chaque tâche :

- Le temps qu'elle me coûte par mois, calculé
- La régularité : est-ce que c'est toujours exactement la même chose, ou est-ce que chaque cas est différent ?
- La gravité d'une erreur : si l'automatisation se trompe, est-ce que je m'en aperçois tout de suite, ou est-ce qu'un client le découvre ?
- La difficulté d'installation : ce que ça demande de brancher
- Une note finale de 0 à 10, et le raisonnement en une ligne

Puis classe-les, et donne-moi les trois à faire dans cet ordre, avec pour chacune la première action concrète de moins de trente minutes.

Écarte explicitement, en le disant, tout ce qui demande un jugement qui



Le détail qui change tout : la ligne sur la gravité d'une erreur. Une tâche qui vous coûte quatre heures par mois mais dont l'erreur se voit chez le client n'est pas la première à automatiser, même si le tableau la met en tête sur le temps gagné. C'est le critère qui évite la catastrophe du deuxième mois.

4.5 Automatisation A2. Le tri de 8h15

Le problème : vous ouvrez la messagerie et vous traitez dans l'ordre d'arrivée, ce qui revient à laisser vos priorités décidées par l'ordre d'envoi des autres.

Le déclencheur : vous, tous les matins, dans une conversation Claude gardée d'un jour sur l'autre.

La chaîne :

1. Une conversation dédiée, nommée « Tri du matin », qui contient le prompt 4 et votre bloc de contexte.
2. Chaque matin, une seule phrase : « Fais le tri depuis hier 18h. »
3. Vous traitez les piles 1 et 2, dans l'ordre donné.
4. Pour chaque réponse à écrire, vous enchaînez avec le prompt 5 dans la même conversation.
5. La pile 3 part en transfert. La pile 4 attend le vendredi.

Le temps réel : la première heure de la journée passe d'une heure de messagerie à environ vingt minutes, et surtout elle traite d'abord ce qui est rapporté.



Ce qui la fait échouer : recommencer une conversation neuve chaque jour. Une conversation gardée accumule vos corrections, apprend qu'elle sont vos clients importants et cesse de vous proposer de traiter en priorité les newsletters. Une conversation neuve chaque jour, c'est repartir de zéro tous les jours.

5. Volet 3. La veille sur son secteur et ses concurrents

La veille est le volet où l'on dépense le plus pour le moins de résultat. On s'abonne à un outil à 300 euros par mois, on reçoit deux cents alertes par semaine, on n'en lit aucune, et on apprend la nouvelle importante par un client trois mois plus tard.

Ce volet coûte zéro euro et prend vingt minutes par semaine.

5.1 Les quatre sources gratuites qui valent la plupart des abonnements

Elles sont publiques, françaises, gratuites, et presque personne ne s'en sert. Toutes vérifiées le 21 août 2026.

L'Annuaire des Entreprises. Le portail public qui expose l'identité légale de toute entreprise française : dénomination, numéro SIREN, forme juridique, code d'activité, adresse, tranche d'effectif.

Consultation libre sur annuaire-entreprises.data.gouv.fr. Il existe une interface automatisable, l'API Recherche d'Entreprises, gratuite et **sans clé d'accès à demander**, sur recherche-entreprises.api.gouv.fr.



Le BODACC. C'est la source la plus sous-estimée des quatre. Le

B Blyx B est le portail officiel des annonces civiles et commerciales publie les créations, les modifications, les radiations, les cessions de fonds et, surtout, **les procédures collectives**. Autrement dit : quand un concurrent entre en redressement, c'est public, c'est gratuit, et c'est consultable le jour même. Accès libre, sans clé, sur bodacc-datadila.opendatasoft.com.



Le Registre national des entreprises, tenu par l'INPI, sur data.inpi.fr. On y trouve les dirigeants, les statuts, et les **comptes annuels déposés depuis 2017** quand l'entreprise ne s'y est pas opposée. Le chiffre d'affaires, la marge et l'endettement d'un concurrent, gratuitement.

Le répertoire Sirene de l'INSEE, pour les données brutes en volume. Un point technique qui fait perdre du temps à beaucoup de monde : **l'ancien portail api.insee.fr est fermé**. L'adresse valide est portail-api.insee.fr. Compte gratuit obligatoire, trente requêtes par minute.

À ces quatre sources, ajoutez deux surveillances qui prennent cinq minutes à poser :

- ✓ **Une alerte Google** sur le nom de chaque concurrent et sur deux ou trois expressions de votre métier. Gratuit, imparfait, suffisant.
- ✓ **Une surveillance de page**, avec un outil comme Visualping, sur la page tarifs et la page recrutement de vos trois principaux concurrents. La version gratuite couvre cinq pages, ce qui suffit. Une page tarifs qui change, c'est une information stratégique. Une page recrutement qui ouvre trois postes commerciaux, c'en est une autre.



public et légal. Cela ne veut pas dire que ça se dit. Arriver en rendez-vous en citant le chiffre d'affaires de votre interlocuteur ou les difficultés de son concurrent vous fait passer pour quelqu'un qui enquête, pas pour quelqu'un qui aide. Ces informations servent à préparer, jamais à impressionner. Elles restent dans vos notes.

5.2 Le point du lundi, prompt 7

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Fais-moi le point de veille de la semaine sur mon secteur.

Concurrents à suivre : [3 à 6 noms]

Sujets à suivre : [réglementation, prix des matières, technologies, appels

d'offres, mouvements de dirigeants, ce que vous voulez]

Zone : [votre département, votre région, la France]

Structure la note en deux parties strictement séparées :

PARTIE 1. LES FAITS

Un fait par ligne, avec sa source et sa date. Rien d'autre. Si un élément

n'a pas de source datée, il ne rentre pas dans cette partie.

PARTIE 2. CE QUE J'EN DÉDUIS

Ton interprétation, clairement identifiée comme telle. Tu as le droit de te

tromper ici, tu n'as pas le droit de te tromper au-dessus.

Termine par une seule question à trancher cette semaine.

Si rien de significatif n'a bougé, écris « rien de neuf cette





Le détail qui change tout : la séparation stricte entre les faits et l'interprétation. C'est la seule protection efficace contre une note de veille qui vous fait prendre une décision sur une supposition bien tournée. Et l'autorisation explicite de rendre une note vide est ce qui empêche l'outil de meubler.

5.3 Le dossier avant rendez-vous, prompt 8

Celui-ci se déclenche la veille d'un rendez-vous important, et il vaut à lui seul l'installation du connecteur.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Je vois [nom de l'entreprise] le [date], en présence de [nom et fonction].

Prépare-moi une note d'une page :

1. L'ENTREPRISE : activité réelle, taille, ancienneté, implantation, et ce qui a bougé chez elle ces douze derniers mois.
2. NOTRE HISTORIQUE : cherche dans mes mails et mes documents tout échange antérieur avec cette entreprise ou cette personne. Qui a parlé à qui, quand, ce qui a été dit, ce qui est resté sans suite. Si nous n'avons jamais eu de contact, dis-le clairement.
3. CE QUE JE PEUX LUI APPORTER : au vu de mon offre et de sa situation, les deux ou trois sujets sur lesquels je suis le plus crédible.
4. LES TROIS QUESTIONS à lui poser, celles dont la réponse change ce que je vais proposer.



5. CE QUE JE NE SAIS PAS et qu'il faudra lui demander.



distille toujours ce que tu as trouvé dans mes propres documents de ce que tu as trouvé ailleurs. Ne présente comme certain que ce qui est sourcé.



Le détail qui change tout : le point 2. Découvrir la veille d'un rendez-vous qu'un associé a déjà échangé avec cette entreprise il y a deux ans, et que ça s'est mal terminé, vous évite une réunion entière de malaise. Aucune préparation manuelle ne retrouve ça.

5.4 Automatisation A3. La veille du lundi matin

Le problème : la veille se fait quand on a le temps, c'est-à-dire jamais, et on apprend les choses trop tard.

Le déclencheur : un rendez-vous récurrent dans votre agenda, lundi, vingt minutes, qui s'appelle « Veille ». C'est le seul mécanisme fiable, et il ne coûte rien.

La chaîne :

1. Les alertes de la semaine arrivent dans un dossier dédié de votre messagerie, via une règle de tri. Vous ne les lisez pas au fil de l'eau.
2. Le lundi, une conversation Claude dédiée, qui contient le prompt 7 ou le skill de la section 7.
3. Vous obtenez une note en deux parties, et une question à trancher.
4. La question part dans votre liste de la semaine. La note est archivée.

Le temps réel : vingt minutes par semaine, contre zéro aujourd'hui et une mauvaise surprise par trimestre.



Ce qui la fait échouer : suivre trop de concurrents. Trois à six noms,

Blyx Une veille exhaustive n'est pas lue, donc elle n'existe pas. ☰

6. Volet 4. Prospection et création de contenu

Ce volet arrive en dernier, et ce n'est pas un hasard. C'est le seul des quatre où une IA mal réglée produit un dégât visible par des tiers : un message qui sent le publipostage, un post qui ne vous ressemble pas, un compte restreint.

6.1 La règle qui évite de perdre son compte LinkedIn

Commençons par ce que les vendeurs d'outils ne vous diront pas.

Les conditions d'utilisation de LinkedIn interdisent explicitement les robots, les extensions de navigateur et les méthodes automatisées non autorisées pour ajouter des contacts, envoyer des messages, publier, commenter ou aimer. La sanction annoncée est la restriction ou la fermeture du compte. Ce n'est pas une zone grise, c'est écrit dans leur page sur les logiciels interdits.

Et ce n'est pas théorique. LinkedIn a engagé une action judiciaire contre un fournisseur d'extraction de données en janvier 2025, lequel a fermé en juillet de la même année. Plusieurs éditeurs d'outils de prospection ont vu leur page entreprise supprimée de la plateforme en 2025 et 2026.

Un point que personne ne dit : LinkedIn ne publie aucune limite officielle de connexions ou de messages par semaine. Tous les chiffres qui circulent, cent invitations, deux cents, la fenêtre de sept jours, viennent des blogs des éditeurs d'automatisation eux-mêmes. Ce s



des estimations produites par des gens qui ont intérêt à ce que vous ayez un bon outil. Elles ne vous protègent de rien.



La position tenable, et c'est celle que j'applique : l'IA rédige, un humain envoie. Vous gardez tout le gain de temps, qui est sur la rédaction et la préparation, et vous ne mettez pas en jeu le seul actif que vous ne pouvez pas racheter, votre compte et votre réseau. Cela veut dire des envois manuels, en volume plus faible. C'est le prix, il est raisonnable.

Un mot sur les outils d'enrichissement, qui sont un sujet différent de l'automatisation des envois. Si vous en utilisez un, préférez ceux qui ne constituent pas de base de données personnelle et hébergent en France. Un éditeur français a même fait l'objet d'un contrôle de la CNIL en 2019, ce qui, contrairement à ce qu'on croit, est un bon signe : cela a été documenté publiquement.

6.2 Le premier message, prompt 9

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Écris un premier message à [prénom nom], [fonction] chez [entreprise].

Ce que je sais de lui ou d'elle : [ce que vous avez réellement lu, vu ou entendu. Un post, une intervention, un article, une recommandation commune]

Contraintes absolues :

- 60 mots maximum
- Aucune formule d'ouverture creuse. Pas de « j'espère que vous allez bien »,
pas de « je me permets de vous contacter »
- Une seule idée : pourquoi lui, pourquoi maintenant, pourquoi moi



– Aucune demande de rendez-vous dans ce premier message



Blyx

Aucun superlatif sur mon entreprise

Se terminer par une question à laquelle il est plus facile de répondre



que de ne pas répondre

Si ce que je t'ai donné sur cette personne est trop mince pour écrire un message qui ne pourrait pas être envoyé à quelqu'un d'autre, ne l'écris pas.

Dis-moi ce qu'il me manque et arrête-toi.

Le détail qui change tout : la dernière consigne. Un message qui pourrait être envoyé à n'importe qui d'autre sera reconnu comme tel en trois secondes. Ce prompt refuse de l'écrire. C'est exactement ce que vous voulez qu'il fasse, même si c'est frustrant sur le moment.

Le second détail : interdire la demande de rendez-vous dans le premier message. Le but du premier message n'est pas d'obtenir un rendez-vous, il est d'obtenir une réponse. Ce sont deux objectifs différents, et poursuivre le second détruit le premier.

6.3 Le recyclage, prompt 10

Le problème du contenu n'est pas l'écriture, c'est la matière. Or vous produisez de la matière tous les jours sans vous en rendre compte : une réponse détaillée à un client, une objection traitée au téléphone, une décision expliquée à votre équipe.

[Collez ici votre bloc de contexte entreprise]

Voici quelque chose que j'ai vécu ou écrit cette semaine :

[collez votre mail, ou racontez la situation en cinq lignes, avec les



détails concrets : ce qui a été dit, par qui, ce qui a été décidé]



transforme-le en une publication de [150 à 200] mots pour mon réseau.



Règles :

- Pars du fait réel. N'invente aucun détail, aucun chiffre, aucun dialogue.
- Première ligne : celle qui donne envie de lire la deuxième. Pas de question rhétorique, pas de statistique empruntée à quelqu'un d'autre.
- Une idée par ligne, des phrases courtes.
- Aucun nom de client, aucun élément qui permettrait de l'identifier.
- Aucun tiret long, aucun mot-dièse.
- Termine par une question ouverte, pas par une invitation à me contacter.

Puis propose-moi deux angles différents pour la même histoire, en une ligne chacun, au cas où celui que tu as choisi ne serait pas le bon.

Le détail qui change tout : les deux angles alternatifs à la fin. Une histoire vécue contient toujours trois publications possibles, et celle que vous auriez choisie n'est presque jamais la meilleure. Ce sont trois secondes de lecture en plus, et c'est souvent là que se trouve le bon post.

6.4 Automatisation A4. Le carnet de matière

Ce n'est pas la plus technique des quatre, c'est celle qui produit le plus de résultat sur trois mois.

Le problème : on ne publie pas parce qu'on n'a rien à dire, alors qu'on dit des choses intéressantes toute la journée sans les noter.



Le déclencheur : vous, chaque fois que vous vous entendez expliquer

quelque chose pour la troisième fois.



La chaîne :

1. Une note unique, sur votre téléphone, appelée « matière ». Une ligne par situation, jamais plus de trente secondes d'écriture.
2. Le vendredi, vous ouvrez la note et vous choisissez la situation la plus concrète de la semaine.
3. Le prompt 10, ou le skill de publication de la section 7.
4. Vous choisissez entre les trois angles, vous corrigez le texte pour qu'il vous ressemble, vous publiez.
5. La ligne est barrée dans la note.

Le temps réel : quinze minutes le vendredi, pour une publication par semaine que vous êtes le seul à pouvoir écrire.

Ce qui la fait échouer : sauter l'étape de la note et demander directement un post sur un sujet général. Vous obtiendrez un texte correct sur l'importance de la relation client, comme les quatre cents autres publiés ce jour-là. La note est tout le mécanisme.

7. Les 4 skills à installer, prêts à copier

Un prompt, vous le recollez à chaque fois. Un skill, vous l'installez une fois et il se déclenche tout seul quand la situation se présente.

C'est la différence entre un outil qu'on utilise et un outil qui travaille. Les quatre skills ci-dessous couvrent un volet chacun.



Ce qu'il faut savoir avant d'installer



Un skill est un dossier avec un fichier `SKILL.md` dedans. Ce fichier

porte une description, qui dit quand s'en servir, et des instructions, qui disent quoi faire.

Un skill ne se déclenche pas par une commande. Il n'y a pas de mot magique à taper. Claude a en permanence sous les yeux la description de tous vos skills. Dès que votre demande correspond à l'une d'elles, il ouvre le skill correspondant. Vous écrivez « prépare la synthèse du mois », et votre skill s'ouvre sans que vous l'ayez demandé.

Conséquence pratique : la description fait le travail le plus important. Un skill remarquablement écrit avec une description floue ne se déclenchera jamais.

Trois règles techniques, vérifiées le 21 août 2026 :

- ✓ Le nom s'écrit en minuscules avec des tirets, sans accent, sans espace, 64 caractères au maximum. Il ne peut contenir ni le mot « claudes » ni le mot « anthropic ».
- ✓ La description ne peut pas dépasser 1 024 caractères.
- ✓ L'installation se fait sur un plan payant, depuis les réglages, section des fonctionnalités, en déposant le dossier compressé au format `.zip`. Un skill installé sur claude.ai n'est pas repris automatiquement ailleurs.

Un point de prudence : les skills ne sont pas couverts par les accords de non-rétention. Ne mettez pas de secret dans le fichier lui-même. Vos règles de style, oui. Votre grille tarifaire confidentielle, non.





Skill 1. La synthèse mensuelle

name: synthese-mensuelle

description: >

Utiliser quand je prépare le point mensuel de l'entreprise à partir de mes exports. Se déclenche sur « fais la synthèse du mois », « prépare le point de [mois] », « les exports sont dans le dossier ». Ne pas utiliser pour un prévisionnel, ni pour un dossier bancaire, ni pour une analyse ponctuelle sur un seul indicateur.

Synthèse mensuelle

Ce que je fais

Je produis un tableau de bord d'une page et cinq lignes de commentaire, à partir des exports bruts du mois, sans jamais estimer une valeur absente.

Ce que je dois savoir

- Entreprise : [nom, secteur, effectif]
- Les indicateurs qui comptent ici : [listez les vôtres, 3 à 5]
- Ce qui déclenche une alerte : [le seuil sous lequel il faut me prévenir]
- Qui lit ce document : [vous seul, un associé, la banque, l'équipe]

Comment je procède

1. Je vérifie que chaque indicateur demandé est calculable avec les



fichiers



Blyx



fournis. Je liste d'abord ce qui manque, avant tout calcul.
Je calcule les indicateurs, la variation contre le mois
précédent et

contre le même mois de l'an dernier quand la donnée existe.

3. Je produis un graphique par indicateur, lisible en noir et blanc.

4. J'écris cinq lignes : ce qui a bougé, ce qui inquiète, ce qu'il faut

surveiller le mois prochain.

Les règles

- Ne jamais estimer, extrapoler ou compléter une donnée absente.

Écrire

- « donnée manquante » dans la cellule.

- Ne jamais lisser un chiffre pour le rendre présentable.

- Signaler tout écart de plus de [20] % contre le mois précédent, même

- favorable, en haut de la synthèse.

- Si la structure des exports a changé depuis le mois dernier, le dire avant

- de calculer quoi que ce soit.

Exemples

[Collez ici votre meilleure synthèse mensuelle passée, en entier.]

Skill 2. La réponse au client

name: reponse-client

description: >

Utiliser quand je réponds à un mail entrant de client ou de prospect. Se

déclenche sur « réponds à ce mail », « prépare un brouillon pour », « qu'est-ce

que je réponds à ». Ne pas utiliser pour une relance sortante que j'initie,

ni pour un litige, ni pour une réponse à un appel d'offres formel.



Ce que je fais

Je prépare un brouillon de réponse, jamais envoyé, qui tient compte de tout ce qui a déjà été dit à cette personne.

Ce que je dois savoir

- Ce qu'on vend, en une phrase sans jargon : [à remplir]
- Ce que le client achète vraiment : [le résultat pour lui]
- Ton : [trois adjectifs]
- Je ne dis jamais : [vos formules interdites]
- Longueur cible : [120] mots au maximum
- Je tutoie ou je vouvoie : [au choix]

Comment je procède

1. Je cherche dans l'historique des échanges avec cette personne ce qui a déjà été promis, chiffré ou décidé.
2. Si le mail entrant contredit un échange antérieur, je le signale en haut du brouillon, avant le texte, en une ligne.
3. J'écris le brouillon, qui se termine toujours par une question ou une proposition de créneau.
4. Je liste séparément ce que je n'ai pas pu vérifier.

Les règles

- Ne jamais envoyer. Toujours produire un brouillon.
- Ne jamais annoncer un prix, un délai ou un engagement qui n'a pas été écrit noir sur blanc dans un échange antérieur.
- Si une information manque, poser la question plutôt que de la combler.
- Ne jamais présenter comme acquis un accord seulement évoqué au téléphone.

Exemples

[Collez ici deux de vos meilleures réponses réelles, en entier.]



```
---
name: veille-concurrence
description: >
    Utiliser quand je fais le point sur mon marché et mes
    concurrents. Se
    déclenche sur « le point du lundi », « quoi de neuf sur le marché
    », « qu'est-ce
    qu'ont fait mes concurrents ». Ne pas utiliser pour qualifier un
    prospect
    précis, ni pour préparer un rendez-vous client.
---
```

Veille concurrence

Ce que je fais

Je livre une note courte sur ce qui a bougé chez mes concurrents et dans mon secteur, en séparant strictement le fait vérifié de l'interprétation.

Ce que je dois savoir

- Mon secteur et ma zone : [à remplir]
- Mes concurrents suivis : [3 à 6 noms]
- Ce que je cherche vraiment : [recrutements, prix, ouvertures, dirigeants, levées, dépôts de marque]
- Ce qui ne m'intéresse pas : [les sujets à ignorer]

Comment je procède

1. Je relève ce qui a changé depuis la dernière note.
2. Pour chaque élément : la source, sa date, et ce qui est établi.
3. Je sépare en deux parties nettes : LES FAITS, puis CE QUE J'EN DÉDUIS.
4. Je termine par une seule question à trancher cette semaine.

Les règles

- Ne jamais présenter une hypothèse comme un fait. Le mot « probablement » appartient à la deuxième partie, jamais à la première.
- Toujours dater et sourcer un fait. Un fait sans source ne sort



pas.



Si rien de significatif n'a bougé, écrire « rien de neuf cette semaine » et s'arrêter là. Ne pas meubler.

– Ne jamais recopier le texte d'un concurrent. Le reformuler.

Exemples

[Collez ici une note de veille que vous avez trouvée utile.]

Skill 4. La publication professionnelle

name: publication-professionnelle

description: >

Utiliser quand j'écris une publication pour mon réseau professionnel à

partir de quelque chose que j'ai vécu. Se déclenche sur « fais-en un post »,

« écris une publication sur », « j'ai eu ce cas client aujourd'hui ». Ne pas

utiliser pour un mail, une page de site, ni une proposition commerciale.

Publication professionnelle

Ce que je fais

Je transforme une situation réelle que je raconte en une publication courte, écrite dans ma voix, sans jamais inventer de détail.

Ce que je dois savoir

- Qui me lit : [fonction, secteur, taille d'entreprise]
- Ce que je veux qu'ils comprennent de moi : [une phrase]
- Ton : [trois adjectifs] · Contre-exemple : [le style que je déteste]
- Je ne dis jamais : [vos mots interdits]
- Longueur cible : [150 à 200] mots

Comment je procède



1. Je pars du fait vécu qu'on me raconte, et de lui seul.
2. Première ligne : la phrase qui donne envie de lire la suivante.
une question rhétorique, jamais une statistique empruntée.
3. Une idée par ligne, des phrases courtes.
4. Je termine par une question ouverte adressée au lecteur.



Les règles

- Ne jamais inventer un chiffre, un client, une anecdote ou un dialogue.

Si l'histoire est trop mince, le dire et demander un détail de plus.

- Ne jamais nommer un client sans autorisation écrite.
- Ne jamais employer de tiret long comme ponctuation.
- Ne jamais commencer par « À l'heure où », « Aujourd'hui plus que jamais »
ni par une question dont la réponse est évidente.
- Aucun mot-dièse.

Exemples

[Collez ici vos deux publications les plus réussies, en entier.]

La partie qui compte le plus dans ces quatre fichiers est la dernière. Deux exemples réels apprennent votre style infiniment mieux que dix lignes de description. Tant que vous n'avez pas collé vos propres exemples, vous n'avez installé que la moitié du skill.

8. Les 6 outils, et ce qu'ils coûtent vraiment

Six suffisent. Tout ce qui s'ajoute au-delà se paie en abonnements oubliés et en outils jamais ouverts.

Les prix ci-dessous ont été relevés le 21 août 2026. Ils bougent, parfois de mois en mois : vérifiez avant d'acheter. La colonne qui compte le plus n'est pas le prix, c'est la dernière.





1	Claude, plan Pro ou Team	Le socle. Tout ce guide en dépend	Pro environ 17 \$ par mois en annuel, 20 \$ en mensuel. Team environ 20 à 25 \$ par siège et par mois, 5 sièges au minimum	États-Unis. Contrat de sous-traitance disponible à partir de Team
2	Microsoft 365 et les compléments Claude	Là où sont vos fichiers et vos mails	Vous l'avez déjà. Les compléments Claude n'ajoutent aucun coût sur un abonnement Claude payant	Votre client Microsoft. Le connecteur fait transiter par Claude ce que vous lui demandez
3	Les sources publiques françaises	Veille, qualification, santé financière des concurrents	0 €	France. Ce sont des données publiques de l'État
4	Visualping	Surveiller la page tarifs et la page recrutement des concurrents	Gratuit jusqu'à 5 pages et 150 vérifications par mois. Premier palier payant autour de 14 \$ par mois	Hors Union européenne. Ne surveillez que des pages publiques, ce qui est le cas ici
5	Make ou n8n	Brancher deux outils	Make à partir d'environ 9 à 12 \$	Les deux proposent



entre eux
quand Claude
seul ne suffit
plus

par mois. n8n à
20 € par mois,
ou gratuit si
vous l'hébergez
vous-même

une zone
européenne.
n8n héberge
son offre
européenne
en Allemagne

6 **Canva**

Les visuels de
vos
publications
et de vos
documents

Gratuit, avec
droits
commerciaux.
Pro autour de 12
à 14 \$ par mois

Hors Union
européenne

Trois précisions qui évitent une mauvaise surprise

Sur l'outil 1. Si vous êtes déjà sur un abonnement payant, regardez du côté de l'agent de bureau que l'éditeur a mis en préversion en janvier 2026, et surtout du module destiné aux petites entreprises annoncé le 13 mai 2026 : il regroupe une quinzaine de routines et de skills prêts à l'emploi sur des sujets très concrets, relance de facture, clôture mensuelle, campagnes, avec des connexions vers des outils comptables et commerciaux courants. C'est inclus dans les abonnements existants, ça ne coûte rien de plus, et beaucoup de gens qui paient déjà ne savent pas que c'est là.

Sur l'outil 5, et c'est le piège classique. n8n et Make font la même chose, pas au même prix d'apprentissage. Make se prend en main en quelques heures. n8n suppose d'être à l'aise avec des données structurées et des interfaces techniques : comptez plutôt une journée pour un premier automatisme qui tient debout. Zapier, que je n'ai pas mis dans la liste, est le plus simple des trois, avec un niveau gratuit



cent tâches par mois, mais il est hébergé aux États-Unis sans option

Blyx européenne. Si ce critère compte pour vous, la question est tranchée. 

Sur l'outil 6, et c'est un point que presque personne ne vérifie. Les droits d'usage commercial des images générées ne sont pas les mêmes partout. Chez Canva, ils sont inclus dès la version gratuite, avec une réserve : le visuel doit être intégré dans un design, il ne se revend pas tel quel. Ailleurs, la version gratuite ne donne aucun droit commercial, et une garantie contre un recours de propriété intellectuelle n'existe souvent que sur les offres d'entreprise. Si vous mettez une image générée sur une plaquette client ou une page de vente, vérifiez ce point avant, pas après.

Ce que je n'ai pas mis dans la liste, et pourquoi

Les plateformes de veille professionnelles. Elles fonctionnent très bien et coûtent plusieurs milliers d'euros par an. Pour une TPE ou une PME, les quatre sources publiques du volet 3 couvrent l'essentiel du besoin réel.

Les outils d'automatisation d'envoi sur les réseaux. Voir le volet 4. Le gain ne compense pas le risque.

Un deuxième assistant conversationnel. Payer deux abonnements pour poser la même question à deux modèles est un réflexe de curieux, pas de dirigeant. Prenez-en un, apprenez-le vraiment.

9. Le cadre RGPD, en cinq décisions



Cette section n'est pas un avertissement juridique posé en bas de

Blyx ne couvrir. C'est la partie qui décide si tout ce qui précède est utilisable chez vous ou pas. Elle se règle en une heure, une fois.

Tout ce qui suit a été vérifié le **21 août 2026**. Le droit et les politiques des éditeurs bougent : les décisions restent, les détails se révèlent.

Décision 1. Quel compte, et c'est la seule qui compte vraiment

C'est le point le plus important de ce guide, et le moins connu.

	Compte personnel Free ou Pro	Claude Team ou Enterprise
Vos échanges servent-ils à entraîner le modèle ?	Selon le choix que vous avez fait dans vos réglages	Non, pas par défaut, sans autorisation expresse
Durée de conservation	30 jours si vous avez refusé l'entraînement, 5 ans si vous avez accepté	30 jours par défaut
Contrat de sous-traitance signable	Non	Oui , inclus dans les conditions commerciales

Traduisez cela en français d'entreprise : **dès que vous traitez les données d'un tiers**, un client, un salarié, un candidat, **vous avez besoin d'un contrat de sous-traitance**. Le RGPD l'exige. Sur un compte personnel, ce contrat n'existe pas, donc le traitement n'est pas régulier, quelle que soit la qualité de vos intentions.



Les cinq minutes à faire maintenant, si vous êtes sur un compte

Blyx vous ouvre vos réglages de confidentialité et vérifiez le réglage d'usage de vos conversations pour l'amélioration du modèle. En août 2025, l'éditeur a demandé à chaque utilisateur grand public de faire ce choix, avec une fenêtre où le bouton d'acceptation était le plus visible. Beaucoup ont cliqué vite. Si vous avez accepté, vos conversations professionnelles sont conservées cinq ans.

La règle simple : compte personnel pour apprendre et pour vos propres affaires, compte Team dès que des données de clients entrent dans la conversation.

Décision 2. Où sont traitées vos données

L'infrastructure est américaine par défaut. Il n'existe pas d'offre « Claude hébergé en Europe » en direct chez l'éditeur, vérifié le 21 août 2026.

Ce n'est pas un obstacle en soi : les transferts hors Union européenne sont encadrés par les clauses contractuelles types, incluses dans le contrat de sous-traitance des offres Team et Enterprise. C'est un point à savoir, à écrire dans votre registre, et à mentionner si un client vous pose la question.

Si votre activité impose un traitement en Europe, par contrainte réglementaire ou par exigence d'un donneur d'ordre, la voie existe : passer par un fournisseur de nuage qui propose Claude dans ses régions européennes. Le contrat de sous-traitance devient alors celui de ce fournisseur, pas celui de l'éditeur du modèle. Cette route demande un intégrateur, elle sort du périmètre de ce guide.

Ce que vous pouvez opposer à un client qui s'inquiète : les certifications obtenues, à savoir SOC 2 de type I et II, ISO 27001 ver



Décision 3. Ce qui ne rentre jamais dans une conversation

Quatre catégories, et la raison de chacune.

- ✓ **Les données de santé.** Arrêts de travail, inaptitudes, dossiers d'un patient. Catégorie particulière au sens du RGPD, régime renforcé, à écarter par principe.
- ✓ **Les données bancaires.** Coordonnées, moyens de paiement, éléments de carte de vos clients comme de vos salariés.
- ✓ **Les données de personnel nominatives.** Salaires, évaluations, procédures disciplinaires. Le tri des candidatures est traité à la décision 5, c'est un cas à part.
- ✓ **Ce qui vous appartient et que vous ne diriez pas au téléphone dans un train.** Contrat en cours de négociation, grille de prix, procédé, code source. Ce n'est pas une question de RGPD, c'est une question de secret des affaires.

Le réflexe qui règle 90 % des cas : remplacez ce qui identifie par un marqueur. « Le client A », « le salarié 3 », « un montant de l'ordre de 40 000 euros ». Dans presque toutes vos demandes, c'est la structure du problème qui compte, pas l'identité des personnes. Un mail de relance se rédige aussi bien avec « [PRÉNOM] » qu'avec le vrai prénom, que vous remettrez en trois secondes.

Décision 4. Les trois papiers à produire, et ce qu'ils coûtent



Pas de zèle inutile. Trois choses, et rien de plus pour un usage courant.

1. Une ligne dans votre registre des traitements. Vous en avez déjà

un. Vous devriez. Ajoutez-y l'usage de l'IA générative comme un

traitement : sa finalité, sa base légale, les catégories de données

concernées, la durée de conservation, le fait que le traitement a lieu hors Union européenne avec des clauses contractuelles types. Une heure la première fois.

2. Une charte interne d'une page. La CNIL recommande explicitement d'encadrer l'usage de l'IA générative par une charte qui distingue les usages autorisés des usages interdits. Une page suffit. Vous en avez le contenu : les quatre catégories de la décision 3, la règle du compte de la décision 1, et l'obligation de relire avant d'envoyer. Faites-la signer. Ça vaut mieux qu'une note de service, et c'est ce qu'on vous demandera de montrer.

3. Une analyse d'impact, si et seulement si vous entrez dans les critères. L'analyse d'impact devient obligatoire quand deux des neuf critères de risque de la CNIL sont réunis. Or la CNIL considère l'IA générative comme un « usage innovant de nouvelles technologies », ce qui coche déjà un critère. Il suffit donc d'un second, par exemple des données sensibles ou un traitement à grande échelle, pour que l'analyse devienne obligatoire. Pour un usage de bureautique et de rédaction sans données sensibles, vous n'y êtes pas. Pour un usage sur des dossiers de personnel ou de santé, vous y êtes.

Où trouver les textes, sans passer par un cabinet : la CNIL, France Num et la CPME ont publié en mars 2025 quatre fiches spécifiquement écrites pour les TPE et PME sur l'usage de l'IA générative. C'est court, c'est gratuit, et c'est écrit pour vous, pas pour des juristes. Cherchez « CNIL utiliser l'IA générative dans les TPE et PME ».



Décision 5. Le règlement européen sur l'IA, et le seul point

qui vous concerne vraiment



Beaucoup de bruit, peu d'obligations pour une PME utilisatrice. Voici ce qui est exact au 21 août 2026.

Ce qui pèse sur vous, aujourd'hui : la formation de vos équipes.

L'article 4 du règlement, applicable depuis le 2 février 2025, porte sur la littératie en intelligence artificielle : les personnes qui utilisent ces outils chez vous doivent comprendre ce qu'elles manipulent, en particulier le fait qu'un modèle produit parfois des affirmations fausses avec un aplomb parfait. Cet article a été assoupli par un règlement européen entré en vigueur le 27 juillet 2026 : l'obligation de garantir un niveau suffisant est devenue une obligation de soutenir le développement de cette littératie. La contrainte est allégée, l'intérêt reste entier. Deux heures de formation à vos équipes valent mieux qu'un mail expliquant qu'il faut relire.

Ce qui arrive : la transparence, à partir du 2 août 2026, avec une période de tolérance jusqu'au 2 décembre 2026 pour ce qui était déjà en service. En clair : si vous mettez un agent conversationnel en face de vos clients, il doit être dit que c'est une machine. Cela ne concerne pas vos usages internes.

Ce qui a été repoussé : les obligations lourdes sur les systèmes dits à haut risque, décalées du 2 août 2026 au 2 décembre 2027 pour les usages autonomes.

Le seul cas où une PME bascule dans le haut risque, et il est plus fréquent qu'on ne croit : le tri automatisé des candidatures. Le recrutement figure explicitement dans la liste des usages à haut risque du règlement. Un dirigeant qui demande à une IA de classer trente



et de lui donner les cinq meilleurs se croit en train de gagner du temps sur son poste de bureau. Il change en réalité de catégorie réglementaire, et il s'expose en plus à un contentieux de discrimination si le classement s'avère biaisé. Le scoring de crédit et la biométrie sont dans le même cas. Si un de ces trois sujets vous concerne, arrêtez-vous ici et faites-vous accompagner.

Pour tout le reste, la rédaction, l'analyse de documents, la synthèse, le tableur, la veille, vous êtes un simple utilisateur professionnel. Aucun marquage, aucune évaluation de conformité, aucune documentation technique n'est exigée de vous : ces obligations pèsent sur les fournisseurs de modèles.

La checklist, à cocher une fois

- ✓ ☐ Je sais sur quel type de compte je travaille, et si des données clients y passent, c'est un compte professionnel avec contrat de sous-traitance
- ✓ ☐ Sur mes comptes personnels, le réglage d'usage des conversations pour l'entraînement est vérifié, en connaissance de cause
- ✓ ☐ L'usage de l'IA figure dans mon registre des traitements
- ✓ ☐ Ma charte d'une page est écrite, diffusée, signée
- ✓ ☐ Mon équipe sait qu'un modèle se trompe avec assurance, et relit avant d'envoyer
- ✓ ☐ Aucun tri de candidatures, aucun scoring, aucune biométrie ne tourne à l'IA sans accompagnement
- ✓ ☐ Les quatre catégories interdites de la décision 3 sont connues de ceux qui utilisent l'outil



10. La première semaine, vingt minutes par jour



Le plus grand risque de ce document, c'est que vous le trouviez bon,

que vous le rangiez, et qu'il ne se passe rien. Voici l'ordre exact, et il tient en cinq jours de vingt minutes.

Lundi. Le socle. Vous remplissez le bloc de contexte de la section 2. C'est le seul jour qui demande un vrai effort de réflexion, et c'est celui qui rend les quatre autres utiles. Vous ouvrez en parallèle une note sur votre téléphone, intitulée « ce que je refais tout le temps » : vous y jetez, pendant toute la semaine, chaque tâche répétitive avec sa durée.

Mardi. Le branchement. Vous installez le connecteur Microsoft 365, section 3. Vous le testez avec une question dont la réponse ne peut venir que de vos fichiers. Si l'autorisation de l'administrateur manque, vous la demandez aujourd'hui : c'est le seul point qui peut dépendre de quelqu'un d'autre.

Mercredi. Le tri du matin. Vous ouvrez la conversation « Tri du matin » avec le prompt 4, et vous ne la refermez plus. Vous la lancerez chaque matin. C'est le geste dont le bénéfice se sent dès le premier jour.

Jeudi. Un vrai travail. Vous prenez le classeur que vous traînez depuis trois ans et vous lui passez le prompt 1. Objectif du jour : découvrir une erreur ou une donnée que vous n'aviez pas vue. C'est ce qui transforme la curiosité en conviction.

Vendredi. La priorisation. Vous reprenez la note du téléphone et vous lui appliquez le prompt 6. Vous obtenez trois chantiers classés. Vous n'en lancez qu'un, la semaine suivante.

Ce qui vient après, dans cet ordre : les quatre skills de la section par semaine, en collant vos vrais exemples dedans. Puis la veille du



lundi. Puis, seulement quand tout le reste tourne, la prospection.



Et une chose à faire dès la première semaine, même si elle n'a rien



d'excitant : la checklist RGPD de la section 9. Elle prend une heure et elle vous évite d'avoir à démonter dans six mois quelque chose que toute l'équipe utilisera.

11. Les cinq erreurs qui rendent tout ce guide inutile

Elles reviennent toutes les cinq, chez à peu près tout le monde.

Sauter le bloc de contexte. C'est l'erreur numéro un, et de loin. Elle produit des textes corrects, génériques et impersonnels, puis la conclusion que l'IA écrit mal. L'outil n'écrit pas mal. Il écrit sans rien savoir de vous.

Ouvrir une conversation neuve à chaque fois. Une conversation gardée accumule vos corrections et s'améliore. Une conversation neuve repart de zéro. Gardez-en quatre ou cinq, nommées, et retournez-y.

S'arrêter au premier jet. Le bon geste n'est pas de recommencer le prompt, c'est de répondre dans la même conversation : « trop long », « le deuxième argument ne me ressemble pas », « refais sans la question finale ». Deux allers-retours suffisent presque toujours. Ceux qui trouvent l'IA décevante sont presque toujours ceux qui n'ont jamais fait le deuxième.

Automatiser ce qui est amusant plutôt que ce qui coûte. D'où le prompt 6, et son critère de gravité d'erreur. La bonne première automatisation est souvent la plus ennuyeuse.



Croire un chiffre parce qu'il est bien présenté. Un modèle produit

B Blyx d'affirmations fausses avec exactement le même aplomb que des affirmations vraies. Tout ce qui sort et qui part chez un client, à la banque ou en public se relit. C'est vingt secondes, et c'est non négociable.

12. Ce que ce guide ne fera pas

Trois choses, dites franchement.

Il ne remplace personne. Il vous rend du temps sur ce qui ne demande pas de jugement. La négociation, le recrutement, l'arbitrage, la relation avec un client difficile restent entièrement à vous, et c'est très bien ainsi.

Il ne vieillira pas bien. Les procédures d'installation décrites ici étaient exactes le 21 août 2026. Les écrans changent, les noms de menus aussi. Le raisonnement tient : brancher sur vos données d'abord, prioriser par le coût réel ensuite, relire toujours.

Il ne fera pas le travail de la première semaine à votre place. Le bloc de contexte, les vrais exemples dans les skills, le relevé des tâches sur cinq jours : personne ne peut les écrire pour vous, parce que personne d'autre ne connaît votre entreprise. C'est aussi pour cette raison que le résultat, lui, ne ressemblera à celui de personne d'autre.

Si vous ne devez retenir qu'une chose : **la valeur n'est pas dans l'outil, elle est dans ce que vous lui apprenez de votre entreprise.** Les quinze minutes de la section 2 valent les dix prompts réunis.

Une question sur un point précis, ou un cas qui ne rentre dans aucune case de ce guide ? Écrivez-moi sur LinkedIn, je réponds.



