Le kit de 20 skills Claude pour prospecter, une fiche prête à copier par skill

20 skills Claude couvrant toute la prospection, de votre client idéal à la revue du pipeline : une fiche à copier par étape, à partir de vos 5 meilleurs clients.

BLYX-AGENCY.COM · 17 NOVEMBRE 2026 · PAR PIERRE CORDELIER

Dans la plupart des PME, la prospection repose sur une personne qui cherche, note, rédige et relance à la main. Le travail de recherche prend des heures, et il se refait à chaque campagne.

Ce kit met Claude là où il sert vraiment : sur la recherche répétitive et la préparation, pas sur la relation. Il découpe la prospection en 20 tâches, et chacune devient un skill, c'est-à-dire une consigne écrite une fois que Claude applique à chaque fois.

Le point de départ est simple : vos 5 meilleurs clients. Claude en tire ce qu'ils ont en commun, puis vous aide à trouver les prospects qui leur ressemblent. Ce que vous obtenez est un point de départ de travail, pas un résultat garanti : la qualité dépend des données que vous lui donnez.

Comment utiliser le kit

Chaque fiche contient un nom de skill et un prompt à copier. Deux façons de s'en servir.

Sans installation. Ouvrez une conversation avec Claude, collez le prompt, remplacez ce qui est entre crochets, joignez vos données. C'est suffisant pour tester.

En skill installé. Pour ne plus rien recoller, transformez la fiche en skill :

1. Créez un dossier portant le nom du skill (minuscules et tirets, par exemple `profil-client-ideal`).
2. Dedans, un fichier `SKILL.md` : un bloc d'en-tête entre deux lignes `---` avec `name` (identique au nom du dossier) et `description` (ce que fait le skill et quand s'en servir), puis le prompt de la fiche.
3. Dans Claude Code, placez le dossier dans `~/.claude/skills/` : le skill devient une commande `/nom-du-skill`.
4. Dans claude.ai, compressez le dossier en ZIP, puis Customize, Skills, « + », « Upload a skill ». Activez l'exécution de code dans Paramètres, Capacités.

Les skills ne se synchronisent pas entre claude.ai et Claude Code : installez-les sur chaque outil que vous utilisez. L'accès gratuit à ce kit ne dispense pas d'un compte Claude, et Claude Code n'est pas inclus dans l'offre gratuite.

Le bloc de règles communes

Ajoutez ce bloc à la fin de chaque prompt, ou une fois dans les instructions de chaque skill :

```
Règles : n'inventer aucun fait, aucun chiffre, aucun contact, aucun
nom de personne. Quand une donnée manque, la lister et poser la
question. Citer la source de chaque information trouvée sur le web.
Ne rien envoyer, ne rien publier : tout est soumis à ma relecture.
```

Le tableau des 20 skills

Étape	Skills	Ce qu'on obtient
Comprendre vos clients	1 à 3	Un profil client idéal, ses points communs, des comptes similaires
Trouver où ils sont	4 à 7	Concurrents, outils, communautés, événements à cibler
Cibler et compléter	8 et 9	Des recherches de décideurs, des fiches complétées
Prioriser	10 à 13	Signaux d'achat, note, ordre de contact, segments
Écrire	14 à 17	Angles, emails, messages LinkedIn, relances
Suivre	18 à 20	Réponses triées, leads qualifiés, pipeline revu

Étape 1 : comprendre vos meilleurs clients

Donnez à Claude les informations de vos 5 meilleurs clients : secteur, taille, ce qu'ils ont acheté, depuis quand, pourquoi ils ont signé, ce qu'ils vous ont rapporté. Un CRM mal tenu donne un profil faux : complétez ce qui manque avant.

Skill 1 : profil-client-ideal

```
Voici mes 5 meilleurs clients : [pour chacun, secteur, taille,
offre achetée, déclencheur d'achat, chiffre d'affaires généré]. À
partir d'eux seulement, rédige mon profil client idéal : secteur,
```

```
taille, fonction du décideur, problème de départ, déclencheur
d'achat, objections probables. Distingue ce qui est constaté chez
mes clients de ce qui est une hypothèse. Termine par 3 critères
d'exclusion.
```

Skill 2 : points-communs-clients

```
Compare ces 5 clients : [fiches]. Cherche ce qu'ils ont en commun
et ce qui les distingue : secteur, taille, organisation, outils,
manière d'acheter, moment où ils ont signé. Présente un tableau,
puis les 3 points communs les plus utiles pour prospecter. Pour
chacun, indique sur combien de clients sur 5 il se vérifie.
```

Skill 3 : comptes-similaires

```
Mon profil client idéal : [profil du skill 1]. Propose 20 types
d'entreprises qui lui ressemblent, avec pour chacune la raison de
la ressemblance et un exemple d'entreprise réelle repéré sur le
web, avec sa source. Si tu n'es pas sûr qu'une entreprise existe ou
correspond, ne la cite pas. Exclus mes clients actuels : [liste].
```

Étape 2 : trouver où se trouvent vos clients

Ces quatre skills cherchent des pistes de ciblage, pas des listes de personnes. Claude propose des concurrents, des outils, des communautés et des événements. C'est vous qui décidez où chercher ensuite.

Une précaution : les conditions d'utilisation de LinkedIn interdisent d'extraire les données des membres avec des outils automatisés.

Faites chercher à Claude les endroits où se trouvent vos clients, et consultez ces pages vous-même.

Skill 4 : concurrents-audience

```
Mes clients idéaux : [profil]. Repère les entreprises dont l'audience ressemble à mes clients : concurrents directs, concurrents indirects, acteurs voisins. Pour chacune : ce qu'elle vend, à qui, pourquoi son audience recoupe la mienne. Classe-les par proximité. Ne cite que ce que tu retrouves sur le web, avec la source.
```

Skill 5 : outils-des-clients

```
Mes clients idéaux : [profil]. Liste les outils et logiciels qu'ils utilisent probablement dans leur métier : [métier, par exemple ERP, CRM, logiciel de devis]. Pour chaque outil : à quoi il sert, quels types d'entreprises l'utilisent, et ce que cela dit de leurs besoins. Indique ce qui est établi sur le web et ce qui est une supposition.
```

Skill 6 : communautes-clients

```
Mes clients idéaux : [profil]. Repère les communautés où ils se retrouvent : associations professionnelles, groupes, forums, newsletters, clubs d'entrepreneurs, fédérations. Pour chacune : nom, public, taille si elle est publique, façon d'y participer utilement. Écarte celles où la prospection est interdite par le règlement.
```

Skill 7 : evenements-clients

```
Mes clients idéaux : [profil]. Repère les salons, conférences et rencontres de l'année où ils vont : nom, ville, date, public, tarif d'entrée si indiqué. Classe-les en trois niveaux : à ne pas manquer, utiles, secondaires. Pour chacun, propose une façon de préparer la rencontre. Ne retiens que les événements dont tu trouves la page officielle.
```

Étape 3 : cibler les décideurs et compléter les fiches

Skill 8 : recherche-decideurs

```
Cible : [type d'entreprise, taille, zone]. Décideur visé : [fonction]. Prépare mes recherches : 5 formulations de recherche pour LinkedIn, 5 pour un moteur de recherche, et la liste des intitulés de poste voisins à inclure. Explique chaque piste en une phrase. Tu prépares les recherches, je les lance moi-même : n'extrais rien.
```

Skill 9 : enrichir-les-fiches

```
Voici ma liste de leads : [colonnes : entreprise, site, nom, fonction]. Complète les colonnes qui manquent avec ce que tu trouves sur les sites officiels et les registres publics : activité, taille approximative, ville, page de l'équipe. Pour chaque donnée ajoutée, indique la source. Laisse la case vide si tu n'as rien de fiable. Ne devine aucune adresse email.
```

Sur les coordonnées : pour la prospection B2B, la CNIL admet l'intérêt légitime au cas par cas, à condition d'informer la personne, de

respecter son droit d'opposition et de ne pas conserver sa donnée sans premier contact effectif.

Étape 4 : repérer les signaux et prioriser

Skill 10 : signaux-achat

```
Voici mes leads : [liste]. Pour chacun, cherche des signaux d'achat récents et publics : recrutement, levée de fonds, changement de dirigeant, appel d'offres, déménagement, nouvelle offre, publication. Pour chaque signal : la date, la source, et pourquoi il compte pour mon offre [offre]. Aucun signal trouvé : écris « aucun signal ».
```

Skill 11 : noter-les-leads

```
Mon profil client idéal : [profil]. Note chaque lead de 0 à 100 sur son adéquation : secteur, taille, fonction, signaux. Donne la grille de notation avant de noter, et pour chaque lead les 2 raisons principales de sa note. Quand une information manque, ne note pas ce critère et dis-le.
```

Skill 12 : prioriser-les-leads

```
Voici mes leads notés : [tableau]. Classe-les en trois groupes : à contacter cette semaine, à contacter ce mois-ci, à laisser de côté. Pour le premier groupe, dis quel canal essayer d'abord (email, LinkedIn, téléphone) et pourquoi. Tiens compte de ma capacité : [nombre de contacts que je peux traiter par semaine].
```

Skill 13 : segmenter-par-usage

```
Voici mes leads : [liste]. Regroupe-les par cas d'usage de mon offre : le problème qu'ils ont le plus probablement, et ce que je leur proposerais. 3 à 5 segments au plus. Pour chaque segment : nom, critères d'appartenance, problème type, message d'accroche en une phrase, leads concernés. Un lead qui entre dans aucun segment va dans « à part ».
```

Étape 5 : écrire les messages

Claude rédige, vous relisez et vous envoyez. Aucun de ces skills n'envoie quoi que ce soit.

Skill 14 : angles-personnalisation

```
Voici un lead : [entreprise, site, fonction, signaux repérés]. Propose 3 angles de personnalisation pour un premier message : un fait précis sur son entreprise, le lien avec mon offre [offre], et la phrase d'ouverture qui en découle. Chaque fait cité vient d'une source que tu indiques. Pas de flatterie générique.
```

Skill 15 : email-prospection

```
Rédige un email de prospection pour [prénom, fonction, entreprise], avec l'angle [angle retenu]. Contraintes : vouvoiement, moins de 120 mots, un objet de 6 mots au plus, une seule idée, un seul appel à répondre, formulé comme une question simple. Pas de pièce jointe, pas de jargon, pas de promesse chiffrée que je ne peux pas prouver. Donne deux variantes.
```

Skill 16 : approche-linkedin

```
Rédige un message d'invitation LinkedIn pour [prénom, fonction, entreprise] avec l'angle [angle retenu]. 300 caractères au plus, sans lien, sans pitch commercial, vouvoiement. Rédige aussi le message de suivi à envoyer après l'acceptation : 60 mots au plus, qui commence par un fait sur la personne, pas par mon offre. Donne deux variantes.
```

Skill 17 : relances

```
Voici mon premier message et le contexte : [message, date d'envoi, absence de réponse]. Rédige 3 relances espacées de 4 à 7 jours. Chacune apporte un élément nouveau (un cas, une question, une information utile) et ne répète pas la précédente. La dernière laisse la porte ouverte, sans reproche ni culpabilisation. Vouvoiement, 80 mots au plus chacune.
```

Étape 6 : suivre les réponses et le pipeline

Skill 18 : trier-les-reponses

```
Voici les réponses reçues : [réponses collées]. Classe chacune : intéressé, à rappeler plus tard, pas le bon interlocuteur, refus, hors sujet. Pour chaque réponse : la catégorie, la phrase qui la justifie, la prochaine action et un brouillon de réponse court. Un refus reçoit un remerciement et rien d'autre. Une demande de retrait de ses données est signalée en tête : elle s'applique tout de suite.
```

Skill 19 : qualifier-avant-echange

```
Voici un lead qui a répondu : [fiche, échanges]. Prépare sa
qualification avant le premier échange : ce que nous savons, ce que
nous ignorons, 6 questions à poser pour cerner son besoin, son
budget, son calendrier et qui décide. Termine par un avis en une
phrase : à poursuivre, à surveiller ou à clore, avec la raison.
```

Skill 20 : revue-pipeline-hebdo

```
Voici mon pipeline de la semaine : [tableau : lead, étape, date du
dernier contact, prochaine action]. Dis-moi où le processus casse :
à quelle étape les leads s'arrêtent, lesquels n'ont plus de
prochaine action, lesquels dorment depuis plus de 14 jours. Donne
les 3 actions de la semaine, dans l'ordre, et une seule chose à
améliorer dans le processus. Chiffre seulement ce que tu peux
compter dans mon tableau.
```

Les limites à connaître

Un skill de notation ou de priorisation ne vaut que par ses données : relisez le profil client idéal avant de le laisser classer vos leads.

Testez chaque skill sur un cas réel, puis comparez à votre propre travail avant de vous y fier.

Le kit écrit les messages, il ne les envoie pas. Un outil qui envoie depuis votre compte LinkedIn relève des méthodes automatisées que ses conditions interdisent, avec un risque de restriction du compte.

Pour les données personnelles, l'information des personnes et le droit d'opposition restent dus, et une adresse sans premier contact s'efface.

Un skill reçu d'une source que vous ne connaissez pas se relit avant usage. Celui-ci ne contient que du texte, mais gardez le réflexe.

Décider quelles tâches de votre entreprise méritent un skill, un outil ou une automatisation, c'est ce que fait notre audit IA : cartographier le travail, mesurer le temps qu'il prend, chiffrer où l'IA rapporte.

Source. Fonctionnement des skills et import : Skills dans Claude Code, Agent Skills, vue d'ensemble, Qu'est-ce que les skills ?. Plans : Claude pricing. Extraction de données : Conditions d'utilisation de LinkedIn. Données de contact : CNIL, reconstitution d'adresses électroniques professionnelles. Les prompts de cette page sont les nôtres.
