

le kit en 8 étapes

Le kit de 50 Skills Claude pour la prospection, de l'ICP à la relance : usage, ce qu'il faut donner à Claude, méthode, format de sortie et contrôles qualité.

BLYX-AGENCY.COM · 25 OCTOBRE 2026 · PAR PIERRE CORDELIER

La plupart des dirigeants utilisent Claude comme un chatbot : une question, une réponse, puis tout est à refaire demain. Pour la prospection, c'est là que le temps se perd. Chaque fois, il faut réexpliquer qui l'on cible, comment l'on écrit et ce que l'on attend en retour.

Un Skill règle cela. C'est une méthode écrite une fois, que Claude relit dès que la tâche correspond. Ce kit en réunit cinquante, rangées dans les huit étapes d'un parcours de prospection : de la définition de la cible jusqu'à la relance qui cale le rendez-vous.

Il ne promet pas un nombre de leads : aucun chiffre public ne permet de le faire. Il vous donne de quoi préparer, rédiger et contrôler plus vite, avec la même rigueur à chaque fois.

Comment utiliser le kit

Chaque Skill du kit a le même squelette, et chaque ligne des tableaux ci-dessous le remplit :



📌 **Usage** : la tâche et le moment où Claude doit s'en servir.



📌 **À fournir** : ce que Claude attend de vous. Sans cela, il devine, et c'est là que naissent les erreurs.



✓ **Méthode** : les étapes, dans l'ordre.

✓ **Sortie** : le format exact du résultat, pour le réutiliser sans le retoucher.

✓ **Contrôle** : ce que Claude vérifie avant de vous répondre.

Commencez par les Skills 1 et 2 : les autres s'appuient sur votre cible. Ajoutez-les ensuite un par un, selon le besoin. Installer cinquante Skills d'un coup est le meilleur moyen de n'en utiliser aucun.

Le gabarit d'un Skill

Un Skill est un dossier qui porte son nom et contient un fichier `SKILL.md`. Voici le gabarit à reprendre pour chaque ligne du kit :

```
----
name: icp-definition
description: Définit le client idéal à partir de clients réels. À
utiliser pour cibler ou resserrer une cible de prospection.
----

# Définir l'ICP

## Quand l'utiliser
[La tâche, en une ou deux phrases.]

## Ce dont j'ai besoin de votre part
[La liste des informations à fournir. Si une information manque,
poser la question avant de commencer.]

## Méthode
```



Format de sortie

[Le gabarit exact du résultat.]

Contrôles qualité

- [Contrôle propre au Skill]
- Rien n'est inventé : toute information absente est signalée.
- Reprendre et corriger jusqu'à ce que tous les contrôles soient bons.

Les règles de forme :

- ✓ Le nom du dossier est identique au champ `name` : minuscules, chiffres et tirets, sans le mot « claude » ni « anthropic ». Les noms du kit les respectent.
- ✓ La description dit ce que fait le Skill et quand l'utiliser, à la troisième personne, sous 200 caractères pour claude.ai.
- ✓ Deux descriptions proches se déclenchent au mauvais moment : donnez à chacune ses propres mots.
- ✓ Le corps reste court. Un long exemple va dans un fichier annexe.

Pour fabriquer les fichiers, ouvrez une conversation et collez ce prompt, une ligne du kit à la fois :

Voici une ligne de mon kit de Skills : [nom, usage, à fournir, méthode, sortie, contrôle].

Écris le fichier SKILL.md correspondant, avec le gabarit ci-dessus : en-tête name et description (200 caractères au plus, à la troisième personne), puis Quand l'utiliser, Ce dont j'ai besoin, Méthode, Format de sortie, Contrôles qualité.

Règles : pas de date ni de nom de modèle dans le texte, rien



d'inventé, aucun appel à un service externe sans me le dire.

Montre-moi le fichier et attends mon accord.



Installer et tester

Sur [claude.ai](#), envoyez un zip par Skill, avec le dossier à la racine du zip, puis activez-le dans Customize > Skills. Chaque membre de l'équipe l'envoie lui-même. L'exécution de code doit être activée, et les sources ne s'accordent pas sur le forfait gratuit : vérifiez dans vos réglages. Dans Claude Code, le dossier va dans `~/ .claude/skills/` (pour vous) ou `.claude/skills/` (pour un projet).

Testez chaque Skill sur trois cas réels, dans une conversation neuve, et corrigez la description s'il ne se déclenche pas ou se déclenche à tort.

Étape 1 : ICP et étude de marché

Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
1. <code>icp-definition</code> : définir la cible	Vos 5 meilleurs clients et vos 3 pires	Comparer, isoler les points communs, écarter les faux critères	Fiche ICP d'une page : secteur, taille, rôle, déclencheur	Chaque critère s'appuie sur un client réel
2. <code>personas-decideurs</code> : qui décide,	L'ICP, la composition type de l'équipe d'achat	Lister les rôles, leurs enjeux et leurs objections	Tableau rôle, enjeu, objection, message	Aucun rôle hors de l'ICP





influence

3. déclencheurs-achat : ce qui fait acheter	Vos trois dernières ventes et ce qui les a lancées	Lister les événements, les classer, dire où les repérer	Liste de déclencheurs avec signal observable	Chaque signal se voit de l'extérieur
4. taille-marche : combien de cibles	ICP, zone, source de comptage	Appliquer les filtres un par un, écrire chaque hypothèse	Estimation en fourchette avec hypothèses	Chiffre sourcé, sinon marqué « estimation »
5. étude-concurrents : qui vend la même promesse	3 à 5 concurrents et leurs pages publiques	Relever offre, cible, preuves, puis chercher l'angle libre	Tableau comparatif et deux angles possibles	Tout vient d'une page citée
6. promesse-valeur : écrire la promesse	ICP, douleur, une preuve	Rédiger trois versions, les confronter à l'objection principale	Une phrase de promesse et sa preuve	Aucun résultat chiffré sans source

Étape 2 : prospection et constitution de listes



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
Blyx 7. critères- liste : traduire l'ICP en filtres	ICP, outil de recherche utilisé	Convertir chaque critère en filtre exploitable	Liste de filtres prêts à saisir	Chaque filtre existe dans l'outil
8. sources- prospects : où trouver les comptes	ICP, budget d'outils, pays	Lister les sources publiques et leur limite	Tableau source, avantage, limite, coût	Aucun prix cité sans lien
9. nettoyage- liste : fiabiliser un fichier	Votre export de contacts	Repérer doublons, vides, hors- cible, fonctions incohérentes	Fichier propre et liste des lignes écartées	Chaque ligne écartée a un motif
10. segmentatio n-liste : découper en lots	Liste propre, ICP	Regrouper par secteur, taille ou déclencheur	3 à 5 segments avec angle de message	Aucun contact dans deux lots
11. priorisatio n-comptes : par qui commencer	Liste segmentée, vos critères de priorité	Noter chaque compte, trier, justifier	Top des comptes avec note détaillée	Barème écrit et appliqué partout



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
Blyx				
12. règles- conformité- liste : ce qu'on a le droit d'utiliser	Origine des données, pays, canal prévu	Vérifier l'origine, le lien avec la fonction, l'information d'opposition	Liste de points à vérifier avant usage	Renvoie vers la règle à jour, ne tranche pas seul

Étape 3 : recherche sur les comptes et les contacts

Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
13. fiche- compte : comprendre une entreprise	Nom, site, pages publiques	Résumer activité, taille, actualités, outils visibles	Fiche d'une page avec sources	Chaque fait renvoie à une page
14. fiche- contact : comprendre une personne	Son poste, ses publications ou interventions publiques	Relever parcours, sujets, prises de parole	Fiche de 5 lignes	Rien de privé, rien d'inféré
15. signaux- entreprise : événements récents	Compte, période	Chercher recrutements, levées, nominations, appels d'offres	Liste de signaux datés	Chaque signal a une date et un lien





16. hypothèses -douleur : où ça fait mal chez eux	Fiche compte, ICP	Relier chaque signal à une douleur probable	3 hypothèses classées	Marquées comme hypothèses
17. cartograph ie- decideurs : qui est qui	Organigramme public, fonctions	Repérer décideur, prescripteur, utilisateur	Schéma textuel des rôles	Les rôles incertains sont signalés
18. angle- d-approche : par où entrer	Fiche compte, hypothèses	Choisir un angle, le justifier, prévoir un angle de repli	Angle principal et angle de repli	L'angle repose sur un fait vérifié

Étape 4 : prise de contact et personnalisation

Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
19. email- premier- contact : le premier mail	Fiche contact, angle, offre	Accroche liée à un fait, promesse, question simple	Objet et corps de 100 mots maximum	Expéditeur identifié, désinscription présente



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
20. sequence- email : une suite de mails	Premier mail, rythme voulu	Varier l'angle à chaque envoi, espacer	3 à 4 mails avec délais	Pas de répétition, désinscription dans chacun
21. objet- email : les objets	Corps du mail	Écrire 5 objets, éliminer les trompeurs	5 objets classés	Aucun objet qui promet ce que le mail ne contient pas
22. personnal isation- ligne : la première phrase	Fiche contact	Trouver un fait précis, le relier à votre offre	3 phrases d'accroche	Le fait est cité avec sa source
23. message- connexion : la note d'invitation LinkedIn	Fiche contact, raison de la demande	Dire pourquoi se connecter, sans vendre	Note de 300 caractères au plus	Aucune vente dans la note
24. script- appel : le coup de fil	Fiche compte, objectif	Accroche, raison de l'appel, question ouverte, sortie	Script d'une page	Une seule demande par appel
25. reponses- objection s :	Les objections entendues	Reformuler, répondre, poser une question	Une réponse courte par objection	Aucune promesse que vous ne ten pas



Étape 5 : leads LinkedIn et contenu

Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
26. profil- linkedin : un profil qui convertit	Votre profil actuel, ICP	Réécrire titre, résumé et mise en avant pour la cible	Textes prêts à coller	Dit à qui vous vous adressez
27. idées- posts : quoi publier	ICP, douleurs, déclencheurs	Partir d'une question de client, en tirer des sujets	10 sujets avec angle	Chaque sujet répond à une vraie question
28. post- linkedin : écrire un post	Sujet, un exemple vécu	Accroche, histoire, leçon, question finale	Post de 150 à 250 mots	Un exemple concret, aucun chiffre inventé
29. retour- expérience : transformer un cas en post	Notes sur une mission	Retirer le nom du client, garder le fait	Post et version courte	Aucun client identifiable sans accord
30. reponse- commentaire	Le commentaire,	Remercier, répondre	Réponse de 2	Ton cohérent





31. message-
après-
reaction :
écrire à qui a
réagi

Qui a réagi,
sur quoi

Rappeler
l'échange,
proposer
une suite

Message
de 3
lignes

Pas de
vente dans
le premier
message

32.
calendrier-
editorial :
tenir la
cadence

Sujets, rythme
voulu

Répartir les
sujets par
semaine

Tableau
jour,
sujet,
format

Pas deux
fois le
même angle
de suite

Étape 6 : lead magnets et inbound

Skill

À fournir

Méthode

Sortie

Contrôle

33. idee-lead-
magnet : que
donner

ICP,
douleur la
plus
fréquente

Lister les
formats,
choisir
celui qui
règle un
problème
net

3 idées
classées

Une idée = un
problème
résolu

34. plan-
ressource : le
plan

Idée
retenue

Découper
en
sections
qui livrent
chacune
un résultat

Plan
détaillé

Utile sans
relire le post



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
Blyx				
35. redaction- ressource : écrire le contenu	Plan, vos exemples	Rédiger section par section	Document de 1 500 mots environ	Aucun fait sans source
36. page- capture : la page d'inscription	Ressource, cible	Titre, bénéfices, formulaire minimal	Texte de page	Dit ce que la personne reçoit
37. mail- bienvenue : le mail d'envoi	Ressource, lien	Livrer, expliquer comment s'en servir, poser une question	Mail court	Expéditeur et désinscription présents
38. suite- nurturing : après le téléchargement	Ressource, offre	Trois mails qui prolongent la ressource	3 mails avec délais	Chaque mail apporte quelque chose

Étape 7 : qualification et signaux d'achat

Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
39. grille- qualificat ion : trier les leads	ICP, vos critères	Définir 4 à 6 critères, pondérer	Grille de notation	Critères observables
40. notation-	Lead, grille	Appliquer la grille,	Note et trois lignes	Chaque point cite





un lead

justifier
chaque
point

d'explication

sa source

41.

signaux-
achat :
repérer
l'intention

Messages
reçus,
comportements

Distinguer
curiosité
et projet

Liste de
signaux,
forts et
faibles

Un signal
faible n'est
pas
présenté
comme fort

42.

questions-
decouverte
: mieux
comprendre

Compte,
hypothèses

Questions
sur le
contexte,
l'enjeu, la
décision,
le
calendrier

8 questions
ordonnées

Aucune
question
qui suggère
la réponse

43.

preparatio
n-rdv :
avant
l'appel

Fiche compte,
historique

Rappeler
le
contexte,
fixer
l'objectif
de l'appel

Page de
préparation

L'objectif
tient en une
phrase

44. compte-
rendu-rdv :
après
l'appel

Vos notes ou la
transcription

Extraire
besoins,
objections,
décisions

Compte
rendu et
prochaines
actions

Rien
d'ajouté à
ce qui a été
dit

Étape 8 : relance et conversion



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
45. plan- relance : quand relancer	Statut du lead, dernier échange	Fixer rythme, canal et motif de chaque relance	Calendrier de relances	Pas de relance sans motif nouveau
46. relance- sans- reponse : le silence	Dernier message, contexte	Apporter un élément nouveau, poser une question fermée	Message de 3 lignes	Aucun reproche
47. relance- apres- rdv : après l'appel	Compte rendu	Récapituler, proposer la suite, fixer une échéance	Mail de suivi	Reprend les mots du prospect
48. suite- propositi on : après l'envoi	Proposition envoyée, date	Vérifier réception, lever les doutes, proposer un point	Deux messages	Aucune remise improvisée
49. reactiva tion- dormants : les anciens contacts	Liste de contacts inactifs	Chercher ce qui a changé chez eux, rouvrir avec un fait	Messages par segment	Désinscription respectée



Skill	À fournir	Méthode	Sortie	Contrôle
 Blyx				
50.	Vos chiffres	Comparer	Bilan d'une	Aucune
bilan-	du mois	par segment	page, 3	conclusion sur
prospecti		et par	décisions	trop peu de
on : ce		message		cas
qui				
marche				

Trois règles avant d'envoyer

LinkedIn. Le contrat d'utilisation interdit les robots et autres moyens automatisés pour extraire des profils ou ajouter des contacts. Le kit ne contient que de la rédaction et de la méthode : Claude écrit, vous envoyez vous-même. LinkedIn ne publie aucun plafond d'invitations : avancez progressivement.

Email. Tout message commercial doit dire pour le compte de qui il part et offrir un moyen simple de refuser. Pour une adresse nominative, le sujet doit rester en rapport avec la fonction de la personne. La CNIL déconseille de prospecter à partir d'adresses trouvées sur le web : vérifiez la version à jour de la règle avant de bâtir une liste.

Contrôle humain. Un Skill est une suite d'instructions : lisez chaque fichier avant de l'installer, n'utilisez que des Skills écrits par vous ou venant d'une source de confiance, et ne mettez jamais de clé ou de mot de passe dedans. Relisez chaque message avant de l'envoyer. Anthropic publie aussi un plugin de Skills de vente proche de certaines lignes de ce kit : comparez, puis gardez ce qui sert votre cas.

Source. [Agent Skills, vue d'ensemble](#), [Skill authoring best practice](#), [Skills dans Claude Code](#), [How to create custom skills](#), [CNIL, règles](#)



[d'or de la prospection par courrier électronique](#), [CCI Paris Île-de-](#)
[France](#), [Blyx](#), [Prospection par voie électronique](#), [Contrat utilisateur](#)
[LinkedIn](#), [Anthropic](#), [knowledge-work-plugins](#).



Blyx — cartographie des process & automatisation · blyx-agency.com

