Le kit Claude pour votre service commercial : prompts, skills, agents, workflows

Les neuf briques pour faire tourner la vente avec Claude : prompts, skills, agents, playbooks, projets, workflows n8n, modèles et connecteurs, avec les textes à copier.

BLYX-AGENCY.COM · 8 NOVEMBRE 2026 · PAR PIERRE CORDELIER

Une équipe commerciale passe une bonne part de ses journées à autre chose que vendre : chercher des informations sur un compte, réécrire le même mail, préparer un appel, mettre le CRM à jour, sortir le point pipeline du lundi. Chaque tâche est petite. Mises bout à bout, elles mangent la semaine.

Claude sait faire une grande partie de ce travail. Le piège, c'est de l'utiliser par morceaux : un prompt ici, un mail rédigé là, sans lien entre les deux. Le gain vient du moment où la recherche, la prospection, les échanges, les affaires et le pipeline passent par un même système, avec les mêmes règles et la même mémoire.

Ce kit assemble ce système en neuf briques, de la plus simple à la plus avancée. Pour chacune : à quoi elle sert, comment la monter, et un texte à copier. Commencez par les trois premières, elles suffisent pour sentir la différence en une semaine. Les suivantes se montent quand le besoin est là, pas avant.

Une précision utile : Anthropic propose déjà un plugin Sales officiel avec des dizaines de skills commerciales. Ce kit n'est pas un

remplaçant : c'est une façon de comprendre les briques et de monter la bonne adaptée à votre offre, à vos clients et à votre ton.

Avant de commencer

Quatre points à régler une fois.

Point	Ce qu'il faut savoir
Formule	La formule gratuite permet de tester avec cinq projets au plus. Pro coûte 20 $ par mois, Team 25 $ par siège et par mois (20 $ en annuel), de 2 à 150 personnes. Prix en dollars, hors taxes, relevés sur la page officielle début novembre 2026 : vérifiez la page de paiement, qui affiche le montant dans votre devise.
Partage	Le partage d'un projet avec l'équipe est réservé aux formules Team et Enterprise.
Une tâche d'abord	Choisissez la tâche commerciale que vous refaites le plus souvent. Montez tout le kit autour d'elle, puis étendez.
Relecture	Rien ne part chez un prospect sans que vous l'ayez lu. Gardez l'accord avant envoi que Claude demande par défaut sur Gmail.

1. Les prompts de vente

Un bon prompt de vente a toujours les mêmes cinq éléments : le contexte, l'objectif, la méthode, le format de sortie et les règles. Le dernier compte le plus : « ne rien inventer, poser la question quand une information manque » évite les mails qui citent un chiffre imaginaire.

Voici le prompt de base pour une prise de contact. Remplacez ce qui est entre crochets.


```
Contexte : je dirige [entreprise], qui vend [offre en une phrase] à [type d'entreprise cible, taille, secteur]. Mon prospect : [prénom, poste, entreprise]. Ce que je sais de lui : [collez ici ce que vous avez : page LinkedIn, site, article].
Objectif : un premier message pour obtenir un échange de 20 minutes, sans le vendre.
Méthode : repérer dans ce que je vous ai donné un fait précis et vérifiable sur son entreprise, puis relier ce fait à un problème que je sais résoudre.
Format : un message de 5 lignes au plus, vouvoiement, une seule question à la fin, un objet de 6 mots au maximum.
Règles : n'utiliser que les faits que je vous ai donnés, ne rien inventer. Si le fait précis manque, me poser la question avant d'écrire. Aucune promesse chiffrée. Terminer par une phrase permettant de refuser simplement de nouveaux messages.
```

Dérivez-le pour chaque étape du cycle : la découverte (les questions à poser), la négociation (les arguments selon l'objection), le suivi d'une affaire qui traîne, l'amélioration du pipeline. Ne gardez que les prompts qui servent chaque semaine. Les autres encombrent.

2. Les Claude Skills

Un prompt qu'on recolle chaque jour devient une skill : une procédure que Claude charge tout seul quand la demande s'y prête.

Techniquement, une skill est un dossier qui porte son nom et contient un fichier `SKILL.md`. Le fichier commence par deux champs obligatoires : `name` (minuscules, chiffres et tirets, 64 caractères au plus, identique au nom du dossier) et `description` (1 024 caracte

au plus). Claude lit la description pour décider s'il charge la skill : écrivez-la quand l'utiliser, avec les mots que vous employez vraiment.

```
---
name: preparation-appel-decouverte
description: Prépare un appel de découverte avec un prospect. À
utiliser quand je donne un nom d'entreprise et une date de rendez-
vous, ou que je demande de préparer un appel, une visio ou un
premier rendez-vous commercial.
---

# Préparation d'un appel de découverte

## Entrées
Nom du prospect, entreprise, poste, ce que je sais déjà. Si l'une
manque, la demander.

## Étapes
1. Résumer en 5 lignes ce que fait l'entreprise, avec la source de
chaque fait.
2. Formuler deux hypothèses sur ses problèmes, marquées comme
hypothèses.
3. Proposer sept questions de découverte, de la plus ouverte à la
plus précise.
4. Lister les trois objections probables et une réponse courte pour
chacune.
5. Terminer par l'objectif de l'appel : la prochaine étape à
obtenir.

## Règles
Ne rien inventer. Toute information non vérifiée est signalée.
Aucun prix annoncé.
```

Pour la monter dans claude.ai : mettez le dossier dans un ZIP dont le premier niveau est le dossier lui-même (`zip -r preparation-appel-decouverte.zip preparation-appel-decouverte/`), puis allez dans Customize > Skills et activez-la. Dans Claude Code, le dossier va d `~/.claude/skills/` .

Le noyau d'une équipe commerciale tient en cinq skills : la recherche sur un contact, la rédaction de messages, la préparation d'appel, le traitement des objections, l'analyse du pipeline. Le plugin Sales d'Anthropic en liste 36, réparties en cinq groupes (quotidien, comptes et prospection, deals, pipeline et prévision, clients) : une bonne source d'idées de noms et de découpages.

Deux limites à connaître. Une skill dit comment faire, elle ne donne pas accès à vos données : c'est le rôle des connecteurs (brique 9). Et ne mettez jamais de clé d'accès ni de mot de passe dedans : toute personne qui reçoit la skill reçoit ses fichiers.

3. Claude Projects : la mémoire du service

Un projet est un espace de travail avec son historique et sa base de connaissances. Les fichiers que vous y déposez servent de contexte à toutes les discussions du projet. C'est ce qui évite de réexpliquer votre offre à chaque fois.

Attention, le point que tout le monde survole : le contexte ne passe pas d'une discussion à l'autre, sauf s'il est dans les fichiers du projet. Un projet ne « garde en mémoire » votre historique commercial que si vous l'y avez mis.

Un projet commercial complet contient sept dossiers ou fichiers :

Fichier ou dossier	Ce qu'il contient
QG commercial	L'objectif du trimestre, les règles de la maison, la liste des outils

Fichier ou dossier	Ce qu'il contient
ICP et positionnement	Votre client idéal, les secteurs visés, ce que vous ne vendez pas
Offre et prix	Ce que vous vendez, la grille de prix, les conditions
Preuves	Les cas clients que vous avez le droit de citer, avec leurs résultats réels
Ton	Trois mails que vous avez écrits et que vous trouvez bons, les formules à éviter
Objections	Les dix objections que vous entendez le plus, avec votre réponse
Revues de pipeline	Un fichier par semaine, avec les décisions prises

Pour lancer le projet, ce prompt interroge à votre place.

```
Contexte : je dirige [entreprise]. Je veux créer un projet «
Commercial » dans lequel travailler chaque jour sur la vente.
Objectif : rédiger les fichiers de connaissance de ce projet : ICP
et positionnement, offre et prix, ton, objections.
Méthode : m'interviewer une question à la fois, sans jamais en
poser deux d'un coup. Commencer par l'ICP. Après chaque bloc, me
montrer le fichier rédigé et attendre mon accord.
Format : un fichier court par thème, en phrases simples, que je
pourrai coller dans le projet.
Règles : ne rien inventer, poser la question quand une réponse
manque. Ne pas écrire de cas client que je ne vous ai pas donné.
```

Déposez ensuite les fichiers dans le projet. Un point à vérifier dans votre application : selon les pages d'aide, les instructions de projet ne seraient pas disponibles sur toutes les formules. Testez avant de b dessus.

4. Les playbooks commerciaux

Un playbook, c'est la façon dont votre équipe mène une situation : prospection à froid, appel de découverte, démo, proposition, hygiène du pipeline, reconquête d'un client perdu. Écrit une fois, il sert aux humains comme à Claude, qui le lit dans le projet.

Chaque playbook tient sur une page, avec la même trame :

1. Quand l'utiliser.
2. Ce qu'on doit savoir avant.
3. Les étapes, dans l'ordre.
4. Ce qu'on ne fait jamais.
5. Comment savoir que ça a marché.

Voici celui de la reconquête, le plus négligé et souvent le plus rentable, puisque ces contacts vous connaissent déjà.

```
Playbook : reconquête d'un client ou d'un prospect perdu

Quand l'utiliser : un client n'a pas renouvelé, ou une affaire
s'est arrêtée il y a plus de trois mois.

Avant : relire l'historique complet, la raison de la perte notée à
l'époque, et ce qui a changé depuis chez eux (actualité,
recrutements, nouvel outil).

Étapes :
1. Dire en une phrase la raison pour laquelle on écrit maintenant,
liée à un fait récent.
2. Reconnaître sans détour ce qui n'avait pas marché.
3. Proposer une seule chose nouvelle : un format, une offre, une
information utile.
4. Demander un échange court, sans engagement.
5. Sans réponse, une relance après dix jours, puis on classe.
```

```
Jamais : une remise d'office, un reproche, un message générique
envoyé en masse.

Réussi quand : le contact répond, même pour dire non. Le motif de
refus est noté dans la fiche.
```

Demandez ensuite à Claude de rédiger les cinq autres playbooks avec la même trame, à partir de votre manière de faire. Il pose les questions, vous corrigez.

5. Les agents

Un agent est un assistant spécialisé qui a un rôle, des consignes et un périmètre d'action limité. Dans un cadre professionnel, cinq rôles suffisent : un SDR (premier contact et qualification), un analyste recherche (comptes et marché), un Deal Desk (prix et propositions), un RevOps (process et qualité des données) et un analyste pipeline (suivi et prévisions).

Si vous utilisez Claude Code, un agent s'écrit comme un fichier Markdown rangé dans `.claude/agents/` (pour un projet) ou `~/.claude/agents/` (pour tous vos projets). Deux champs sont obligatoires, `name` et `description`. Deux sont facultatifs : `tools` et `model`. Voici un analyste pipeline en lecture seule.

```
---
name: analyste-pipeline
description: Analyse le pipeline commercial. À utiliser pour une
revue hebdomadaire, une prévision, ou pour repérer les affaires
bloquées.
tools: Read, Grep, Glob
---
```

```
Vous êtes l'analyste pipeline d'un service commercial de PME.
À partir des fichiers fournis, produire :
1. Les affaires sans action depuis plus de 14 jours, avec la
dernière étape connue.
2. Les affaires dont la date de clôture prévue est dépassée.
3. Trois décisions à prendre cette semaine, classées par montant en
jeu.

Règles : lire seulement, ne rien modifier. Citer la ligne du
fichier d'où vient chaque chiffre. Si une donnée manque, l'écrire
au lieu de la deviner.
```

Le point à retenir : chaque agent démarre avec un contexte neuf. Il ne voit ni votre conversation ni les fichiers déjà lus. Quand vous lui confiez une tâche, donnez-lui tout ce dont il a besoin dans la demande.

Si vous n'utilisez pas Claude Code, le même résultat s'obtient avec un projet par rôle : un projet « Agent SDR » avec ses consignes et ses fichiers, un projet « Analyste pipeline » avec les siens.

Gardez les droits au minimum. Un agent qui lit n'abîme rien. Celui qui écrit dans le CRM ou envoie des mails demande une relecture serrée au début.

6. Les systèmes d'exploitation commerciaux

Les briques précédentes servent à des tâches. Un système d'exploitation commercial les relie dans un rythme de travail. Il se résume à un calendrier : qui fait quoi, quand, avec quelle brique.

Moment	Action	Brique utilisée
Chaque matin	Brief du jour : rendez-vous, affaires à relancer, réponses reçues	Connecteurs + projet
Avant chaque appel	Fiche de préparation	Skill de préparation d'appel
Après chaque appel	Compte rendu et mise à jour du CRM	Skill + connecteur CRM
Chaque vendredi	Revue de pipeline : affaires bloquées, décisions	Agent analyste pipeline
Chaque mois	Reconquête des perdus, point sur les objections reçues	Playbook de reconquête

Notez le principe : chaque étape produit un document qui nourrit la suivante. Le compte rendu d'appel alimente la fiche compte, la fiche compte alimente la préparation du prochain appel, la revue de pipeline alimente les décisions du mois. C'est ce chaînage qui donne un système, et non une pile d'outils.

7. Les workflows Claude + n8n

Quand une tâche revient à l'identique, n8n peut l'exécuter sans vous : scoring des leads, tri des réponses, préparation des rendez-vous, mises à jour du CRM, reporting du pipeline. Claude s'en sert comme d'un outil.

Mise en place, d'après la documentation de n8n :

1. Dans n8n, ouvrez Settings > Instance-level MCP, puis activez En MCP access. Seuls les propriétaires ou administrateurs le peuvent.

2. Activez ensuite chaque workflow que Claude doit pouvoir lancer. Trois méthodes : le réglage Available in MCP dans les paramètres du workflow, l'option Enable MCP access du menu de la carte, ou la page Workflows enabled.
3. Copiez l'adresse du serveur (elle se termine par `/mcp-server/http`), connectez Claude Code en choisissant l'onglet OAuth, puis authentifiez-vous.

Quelques réserves. Une instance dans le cloud doit être joignable publiquement. L'interface MCP demande une version récente de n8n (2.33.0 ou plus pour l'interface, 2.13.0 pour créer ou modifier des workflows). Les agents de n8n sont encore en préversion. Et tous les clients connectés voient les mêmes workflows activés : n'exposez que ceux qui ne risquent rien.

Premier workflow à monter, le plus simple et le plus utile : le tri des réponses. Un mail de prospect arrive, Claude le classe (intéressé, pas maintenant, désabonnement, mauvaise personne), et le résultat se note dans une feuille de suivi. Vous relisez le tri pendant deux semaines avant de laisser le moindre envoi automatique.

Demandez à Claude de concevoir le workflow avant de le construire.

```
Contexte : je veux automatiser le tri des réponses à mes mails de
prospection. Mes outils : [Gmail, n8n, feuille de suivi ou CRM].
Objectif : un workflow qui classe chaque réponse reçue dans l'une
de ces catégories : intéressé, pas maintenant, désabonnement,
mauvaise personne.
Méthode : avant de construire, me décrire en 5 lignes les étapes,
les données utilisées et ce qui sera écrit où. Attendre mon accord.
Règles : le workflow ne répond à personne et ne supprime rien.
Toute réponse qu'il ne sait pas classer m'est signalée.
```

8. Les modèles commerciaux

Cinq modèles couvrent presque tout : la fiche compte, la préparation d'appel, la proposition, la séquence de relance, le plan d'action. Leur rôle est de rendre les sorties de Claude comparables d'une semaine à l'autre, donc relisibles en quelques secondes.

Exemple de fiche compte, à déposer dans le projet.

```
Fiche compte : [entreprise]

Identité : activité en une phrase, taille, secteur, site.
Interlocuteurs : nom, poste, rôle dans la décision, dernière
interaction.
Situation : ce que nous savons de leurs enjeux, avec la source et
la date de chaque information.
Historique : échanges datés, ce qui a été dit, ce qui a été promis.
Hypothèses (à vérifier) : ce que nous pensons, marqué comme tel.
Prochaine étape : action, responsable, date.
Dernière mise à jour : [date]
```

La ligne « Hypothèses (à vérifier) » est la plus précieuse. Elle sépare ce que vous savez de ce que Claude suppose, et empêche qu'une supposition devienne un fait dans un mail.

9. Les connecteurs

Sans connecteur, Claude travaille sur ce que vous collez dans la conversation. Avec, il lit votre messagerie, votre agenda, vos documents et votre CRM.

Gmail, Agenda, Drive. Disponibles sur Claude et Claude Desktop, formule gratuite, Pro et Max. Sur Team et Enterprise, un Owner doit

d'abord les activer pour l'organisation. Pour brancher : le bouton + dans la conversation, puis Connectors, puis la bascule. Pour les gérer : Customize > Connectors. Gmail permet de chercher, lire, créer des brouillons, envoyer, répondre et transférer. Par défaut, Claude demande votre accord avant chaque envoi : gardez ce réglage.

Limites relevées par la documentation : le contenu des pièces jointes Gmail n'est pas lu (seulement les informations sur le fichier), certains filtres avancés ne sont pas pris en charge, et pour Drive seul le texte est extrait, les images sont ignorées.

HubSpot. Le connecteur lit les contacts, entreprises et transactions, et peut aussi en créer ou en modifier, enregistrer des notes, des appels et des tâches, et changer l'étape d'une transaction. Les écritures passent en temps réel. La page de HubSpot ne décrit pas d'accord demandé avant écriture : commencez en lecture seule, testez, puis ouvrez l'écriture quand vous avez vu le comportement sur quelques fiches.

Salesforce, Pipedrive et les autres. Nous n'avons pas pu vérifier de connecteur officiel pour eux : ne les comptez pas dans votre plan sans test. Un CRM sans connecteur se contourne par un export régulier déposé dans le projet.

Un premier prompt à lancer une fois les connecteurs branchés :

```
Contexte : mes connecteurs Gmail et Agenda sont actifs.
Objectif : un brief de ma journée commerciale.
Contenu, dans cet ordre :
1. Mes rendez-vous du jour, avec pour chacun l'entreprise et le
dernier échange par mail.
2. Les réponses de prospects reçues depuis hier, classées : à
traiter aujourd'hui, à traiter cette semaine, sans suite.
3. Les mails que j'ai envoyés il y a plus de 7 jours sans réponse
Règles : lire seulement. Ne rien envoyer, ne rien supprimer, ne
```

```
répondre à aucun mail. Si un accès manque, l'écrire en tête du
brief.
```


Ce qu'il faut vérifier avant d'aller plus loin

- **Les chiffres des éditeurs.** Anthropic indique que son propre service commercial, en inbound, a obtenu plus de deux fois plus d'opportunités et un cycle de vente plus court d'environ cinq jours. Apollo annonce 1,35 fois plus de rendez-vous pour ses commerciaux qui utilisent Claude. Ce sont des chiffres d'éditeur, sur leurs cas : ils ne disent pas ce que vous obtiendrez. Mesurez chez vous, avant et après, sur un seul indicateur.
- **La prospection et les données personnelles.** D'après la CNIL (page du 10 juin 2026), prospecter un professionnel peut reposer sur l'intérêt légitime si le message a un rapport avec sa fonction. Chaque message doit dire qui écrit et permettre de refuser simplement. Faites écrire cette phrase à vos prompts, comme dans le premier de ce guide.
- **Les données de vos clients.** Ne mettez pas de données personnelles inutiles dans une skill ou un projet. Sur les formules Team et Enterprise, vérifiez les conditions de traitement des données avant d'y déposer des fichiers clients.
- **Les pages changent.** Menus, formules et prix évoluent sans date affichée. Ce guide reflète les pages lues début novembre 2026.

Par où commencer cette semaine

1. Lundi : créez le projet « Commercial » avec le prompt de la briqu

2. Mardi : transformez votre prompt de prise de contact en skill.
3. Mercredi : branchez Gmail et Agenda, lancez le brief du matin.
4. Jeudi : écrivez le playbook de reconquête et testez-le sur trois contacts.
5. Vendredi : relisez ce qui a marché, retirez ce qui encombre, puis choisissez la brique suivante.

Un seul indicateur pour juger : le temps que votre équipe passe réellement à vendre, avant et après. Si vous ne le connaissez pas, c'est la première chose à mesurer.

Source. Les faits sur les skills, les projets, les connecteurs Google, HubSpot, n8n, les agents et les tarifs viennent des pages officielles : Créer des skills, What are projects?, Google Workspace connectors, Claude pricing, HubSpot, Claude, Accessing n8n MCP server, Create custom subagents, anthropics/knowledge-work-plugins. Les résultats chiffrés : How Anthropic's sales team rebuilt inbound with Claude Managed Agents et Apollo, Claude customer story. La prospection : CNIL, La prospection commerciale par courrier électronique. Les prompts, playbooks et modèles de cette page sont les nôtres.
