Pilotage des ventes avec Claude : 9 routines prêtes à copier pour une PME

Les 9 routines de pilotage commercial à dérouler avec Claude : revue du pipe, comptes à viser, affaires à risque, prévisions. Chaque routine a son prompt, ses entrées et un exemple de résultat.

BLYX-AGENCY.COM · 22 NOVEMBRE 2026 · PAR MELVIN BRETON

Dans une PME, le directeur commercial n'existe pas toujours. Le pilotage des ventes revient au dirigeant, qui le fait quand il a une minute entre deux rendez-vous. Pendant ce temps, une affaire s'endort sans bruit, et personne ne s'en aperçoit avant qu'elle soit perdue.

La réponse courte. Pour piloter les ventes d'une petite équipe avec Claude, on lui confie neuf routines : cinq chaque semaine, du lundi au vendredi, et quatre chaque mois. Chaque routine est un prompt que tu complètes avec un export de tes affaires. Claude lit, classe et résume. Tu relis, tu appelles et tu décides.

Tu trouveras ici les neuf routines, chacune avec son prompt complet à copier, les informations à lui donner et un exemple de résultat terminé. Tu y trouveras aussi la façon de les faire tourner (export collé, connecteur, tâche planifiée) et leurs limites.

1. Que contient le pack, routine par routine ?

Neuf routines, rangées par rythme. Les cinq premières forment la semaine type, les quatre dernières le mois.

Rythme	Routine	Ce qu'elle te rend
Lundi	La revue du pipe	Ce qui a bougé, ce qui s'est endormi
Mardi	Les comptes à viser	Qui contacter cette semaine, et pourquoi maintenant
Mercredi	La relecture des messages	Tes messages resserrés avant l'envoi
Jeudi	Les affaires à risque	Les trois qui peuvent t'échapper, et la suite à donner
Vendredi	La semaine en chiffres	Cinq lignes pour dire ce qui s'est passé
Mois	Les prévisions	Des fourchettes, pas des paris
Mois	Gagné et perdu	Pourquoi les affaires se concluent
Mois	Les objectifs	Où concentrer l'énergie
Mois	Le coaching	Une chose à travailler par commercial

Chaque routine suit le même plan : les informations à lui donner, le prompt à copier, puis un exemple de résultat. Les exemples utilisent des données fictives, avec des clients désignés par une lettre.

> ***Une routine, c'est un prompt écrit une fois, déroulé chaque semaine.*** *Tu ne réinventes plus la consigne le lundi matin : tu colles tes données, et la même question est posée de la même façon.*

2. Comment faire tourner une routine avec Claude ?

Trois voies, de la plus simple à la plus automatique.

Voie	Comment	Quand la choisir
Un export collé	Tu exportes tes affaires de ton CRM ou de ton tableur, puis tu les colles ou les joins dans la conversation avec le prompt	Toujours possible, quel que soit ton outil
Un connecteur CRM	Claude lit directement les affaires dans ton CRM	Si ton CRM est HubSpot, voir plus bas
Une tâche planifiée	La routine part toute seule à heure fixe	Quand tu la déroules depuis des semaines et que tu veux la déclencher sans y penser

L'export collé est la voie sûre : elle ne dépend d'aucune intégration. Tu gardes aussi la main sur ce que Claude voit, ligne par ligne.

Le connecteur HubSpot existe en version officielle. Il permet à Claude de rechercher et lire les affaires, contacts et entreprises, avec leur étape et leur activité récente. Il peut aussi créer ou modifier une fiche, mais chaque changement s'affiche en aperçu et demande ton approbation. Il ne supprime rien, et il reflète les droits de ton propre compte HubSpot (source : HubSpot, le connecteur pour Claude, consultée le 15/11/2026). Les routines de ce pack ne demandent à Claude d'écrire nulle part : elles lisent et résument.

Pour Salesforce, Pipedrive ou un autre CRM, je n'ai pas vérifié de connecteur officiel. Pars de l'export, et regarde le catalogue de connecteurs de ton compte Claude avant de compter sur une intégration.

Les tâches planifiées existent dans Claude Code, avec trois variantes. La tâche dans le cloud tourne sans que ta machine soit allumée, mais elle ne voit pas tes fichiers locaux. La tâche sur le bureau tourne sur ta machine, qui doit rester allumée, et accède à tes fichiers. La commande /loop exige une session ouverte et expire au bout de sept jours (source : Claude Code, les tâches planifiées, consultée le 15/11/2026). Pour une routine du lundi matin, la tâche cloud est la plus fiable, à condition que les données soient sur un connecteur.

---

3. Quelles informations donner à Claude pour que les routines tiennent ?

Une routine vaut ce que valent les données qu'on lui donne. Presque toutes les routines de la semaine partent du même export : une ligne par affaire ouverte.

Colonne	Pourquoi Claude en a besoin
Nom de l'affaire et client	Pour les citer sans ambiguïté
Montant	Pour classer par enjeu
Étape	Pour voir ce qui avance
Date de création	Pour mesurer l'âge de l'affaire

Colonne	Pourquoi Claude en a besoin
Date du dernier contact	Pour repérer ce qui s'endort
Prochaine action et sa date	Pour voir les affaires sans suite prévue
Date de clôture prévue	Pour repérer les dates dépassées
Responsable	Pour répartir le travail
Notes	Pour les signaux que les chiffres ne montrent pas

Deux habitudes changent tout. D'abord, exporte toujours à la même date de la semaine : Claude compare alors ce lundi au lundi précédent. Ensuite, laisse une colonne vide plutôt que de la remplir au hasard : chaque prompt de ce pack demande à Claude d'écrire « non renseigné » devant un trou, au lieu de le combler.

Chaque prompt rappelle la même règle de base, pour qu'il se suffise à lui-même : travailler uniquement avec les données données, ne rien deviner, montrer chaque calcul.

---

4. Comment faire la revue du pipe chaque lundi ?

C'est la routine qui ouvre la semaine. Elle répond à deux questions : qu'est-ce qui a bougé depuis lundi dernier, et qu'est-ce qui s'est endormi sans que tu le voies. À lancer le lundi à 9 h.

À lui donner

1. L'export des affaires ouvertes de cette semaine.

2. L'export de la semaine dernière, si tu l'as gardé.
3. Le nombre de jours sans contact au bout duquel une affaire est « endormie ».

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous faisons la revue du pipe du lundi.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous. Si une information manque, écris « non renseigné » au lieu de la deviner. Montre le calcul derrière chaque total.

Affaires ouvertes cette semaine : [colle ici l'export]
Affaires ouvertes la semaine dernière, si disponible : [colle ici l'export précédent]
Seuil d'inactivité : une affaire est « endormie » après [14] jours sans contact.

Rends :
1. Le pipe en trois lignes : nombre d'affaires ouvertes, montant total, montant par étape.
2. Ce qui a bougé depuis la semaine dernière : changements d'étape, nouvelles affaires, affaires gagnées ou perdues.
3. Ce qui s'est endormi : les affaires au delà du seuil, avec la date du dernier contact et le montant, de la plus grosse à la plus petite.
4. Les affaires sans prochaine action datée.
5. Trois décisions pour la semaine, une phrase chacune.

Ne rédige aucun message pour l'instant. Termine par la liste des données qui t'ont manqué.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***

> 1. *Pipe : 14 affaires ouvertes pour 212 000 euros. Prise de contact : 3 (24 000). Devis envoyé : 6 (118 000). Négociation : 3 (52 000). Accord verbal : 2 (18 000).*
> 2. *A bougé : le Client C (négoce de matériaux) est passé de devis envoyé à négociation. Deux nouvelles affaires ce lundi. Aucune gagnée, aucune perdue.*
> 3. *S'est endormi : le Client B (31 000 euros), dernier contact il y a 26 jours. Le Client K (17 000 euros), dernier contact il y a 19 jours.*
> 4. *Sans prochaine action datée : le Client B et le Client M.*
> 5. *Décisions : appeler le Client B avant mercredi, fixer une date au Client M, relancer le Client K par message.*
> 6. *Données manquantes : date de clôture prévue absente sur 4 affaires.*

---

5. Comment choisir chaque mardi les comptes à viser ?

La prospection de la semaine se perd souvent dans l'urgence. Cette routine te fait choisir, avec une raison écrite, les comptes à contacter maintenant plutôt que plus tard. À lancer le mardi à 9 h.

À lui donner

1. La description de ton client idéal en cinq lignes : secteur, taille, besoin, déclencheur d'achat.
2. La liste de tes comptes : clients, anciens clients, prospects chauds, avec le dernier échange et tout événement récent que tu connais.

3. Le nombre de comptes que tu peux vraiment contacter cette semaine.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous choisissons les comptes à
contacter cette semaine.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous. Si
une information manque, écris « non renseigné » au lieu de la
deviner. Pour chaque choix, cite le fait des données qui le
justifie.

Mon client idéal : [décris-le en cinq lignes]
Mes comptes : [colle ici la liste, avec dernier échange et
événements récents]
Ce que je peux contacter cette semaine : [5] comptes.

Choisis les [5] comptes à viser. Pour chacun :
1. Le nom du compte et la personne à contacter, si elle figure dans
les données.
2. Pourquoi lui, pourquoi maintenant : un fait tiré de mes données
(dernier échange, événement, délai écoulé), jamais une supposition.
3. L'angle d'approche, en une phrase.
4. Le risque : ce qui pourrait faire échouer ce contact.

Range ensuite les comptes écartés en deux groupes : « à reprendre
dans deux semaines » et « pas pour l'instant », avec la raison en
cinq mots. Si les données ne justifient pas un choix, dis-le au
lieu de choisir.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***
>
> 1. *Client D (cabinet de conseil), contact : la directrice administrative. Pourquoi maintenant : dernier échange il y a 5 semaines, et elle avait dit revenir vers nous « après la clôture annuelle », qui vient de passer.*

Angle : proposer un point de 20 minutes sur ce qui l'avait freinée. Risque : le budget a pu être reporté.

2. *Client G (transport), contact : le responsable d'exploitation. Pourquoi maintenant : il a recruté deux personnes le mois dernier, d'après tes notes. Angle : partir de l'organisation qui grossit. Risque : pas d'échange depuis 4 mois, le contact peut avoir changé.*
3. *Trois autres comptes, présentés sur le même modèle. À reprendre dans deux semaines : Client J (attend un résultat d'appel d'offres). Pas pour l'instant : Client N (hors cible, trop petit).*

---

6. Comment relire ses messages avant l'envoi le mercredi ?

Un message trop long ou trop vague coûte une réponse. Cette routine relit tes brouillons de la semaine, un par un, et te rend des versions resserrées. À lancer le mercredi à 9 h. Elle ne modifie jamais un fait et ne rajoute aucun engagement.

À lui donner

1. Les brouillons de messages prévus cette semaine : mails, messages LinkedIn, relances.
2. Pour chaque destinataire, le contexte : dernier échange, ce que vous vous êtes dit.
3. Deux ou trois messages que tu as écrits et que tu aimes, pour que Claude garde ta voix.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Tu relis mes messages avant
l'envoi.

Règles : tu travailles uniquement avec le texte et le contexte ci-
dessous. Tu ne modifies aucun fait. Tu n'ajoutes aucun prix, aucun
délai, aucun engagement que je n'ai pas écrit. Si un message
contient une information qui te paraît fausse ou incomplète,
signale-la au lieu de la corriger.

Mes messages : [colle ici chaque brouillon, numéroté]
Le contexte de chaque destinataire : [colle ici, numéroté de la
même façon]
Des messages que j'aime, pour garder ma voix : [colle ici deux ou
trois exemples]

Pour chaque message, rends :
1. L'objectif du message en une phrase, tel que tu le comprends. Si
tu ne le comprends pas, dis-le.
2. Une version resserrée : une seule demande, des phrases courtes,
aucun mot inutile, mon ton.
3. La liste des changements, en une ligne chacun, pour que je
puisse refuser ceux que je n'aime pas.
4. Un point d'attention si le message est trop long, s'il contient
deux demandes, ou s'il commence par parler de moi plutôt que du
destinataire.

Ne rédige aucun message que je ne t'ai pas donné.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***
>
> ***Message 2 (relance du Client B).***
>
> 1. *Objectif compris : obtenir une date d'appel.*
> 2. *Version resserrée : « Bonjour, je reviens vers vous au sujet de notre devis. Avez-vous eu le temps de le regarder ? Un échange de 15 minutes jeudi ou vendredi nous permettrait d'avancer. »*

> 3. *Changements : suppression de l'introduction de trois lignes sur notre activité, une seule demande au lieu de deux, ajout de deux créneaux.*
> 4. *Point d'attention : l'original promettait une remise. Je l'ai laissée telle quelle, c'est à toi de confirmer.*

---

7. Comment repérer les trois affaires qui peuvent t'échapper le jeudi ?

Le jeudi, il reste assez de temps pour agir avant la fin de la semaine. La routine désigne les trois affaires les plus fragiles, dit pourquoi, et propose l'action suivante. À lancer le jeudi à 9 h.

À lui donner

1. L'export des affaires ouvertes, avec les notes d'échanges.
2. Les concurrents ou alternatives évoqués par les clients, si tu les as notés.
3. Le nom de la personne qui décide, pour chaque affaire où tu le connais.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous faisons le point sur les
affaires à risque.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous. Si
une information manque, écris « non renseigné » au lieu de la
deviner. Sépare toujours ce qui est un fait cité dans mes notes de
ce qui est ton interprétation.
```

```
Affaires ouvertes et notes : [colle ici l'export avec les notes]
Concurrents ou alternatives évoqués : [colle ici, ou écris « aucun noté »]

Choisis les trois affaires les plus à risque de m'échapper. Les signaux à regarder : un long silence, aucun décideur identifié, une date de clôture dépassée, un concurrent évoqué, aucune prochaine étape datée, un devis resté sans réponse.

Pour chaque affaire, rends :
1. Les signaux relevés, chacun cité depuis mes données.
2. Ce qui manque pour y voir clair.
3. La prochaine action : laquelle, par qui, pour quand.
4. La question à poser au client.

Termine par les affaires que tu as écartées de justesse, avec la raison. Si moins de trois affaires présentent un vrai signal de risque, dis-le : n'en invente pas pour remplir la liste.
```

Exemple de résultat, sur données fictives

1. Client B (31 000 euros, devis envoyé). *Signaux : dernier contact il y a 26 jours (fait). Notes : « veut comparer avec un autre prestataire » (fait). Aucune prochaine action datée (fait). Interprétation : l'affaire est en train de se refroidir. Manque : le nom de la personne qui décide. Action : appeler cette semaine, par moi, avant vendredi. Question : « Qu'est-ce qui vous aiderait à trancher d'ici la fin du mois ? »*

2 et 3. *Présentées sur le même modèle.*

Écarté de justesse : Client K, silencieux depuis 19 jours mais avec un prochain rendez-vous daté.

8. Comment écrire la semaine en cinq lignes le vendredi ?

La routine de clôture. Elle transforme les chiffres de la semaine en cinq lignes que tu peux relire en vingt secondes, et en garder une trace pour comparer. À lancer le vendredi à 16 h.

À lui donner

1. Les chiffres de la semaine : rendez-vous tenus, devis envoyés (nombre et montant), affaires gagnées et perdues (nombre et montant), nouvelles affaires et leur origine.
2. Les mêmes chiffres de la semaine précédente.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Tu écris le bilan de ma semaine
commerciale en cinq lignes exactement.

Règles : tu travailles uniquement avec les chiffres ci-dessous. Si
un chiffre manque, écris « non renseigné » au lieu de l'estimer. Ne
calcule rien de mémoire : indique chaque variation avec les deux
chiffres qui la produisent.

Chiffres de cette semaine : [colle ici]
Chiffres de la semaine précédente : [colle ici]

Écris cinq lignes, chacune sur le modèle « le chiffre, sa
variation, une phrase pour dire ce que cela signifie » :
1. Les rendez-vous tenus.
2. Les devis envoyés.
3. Le gagné et le perdu.
4. Les nouvelles affaires et leur origine.
5. La chose à retenir pour lundi.

Pas d'introduction, pas de conclusion. Si les chiffres sont trop
```

```
incomplets pour écrire une ligne honnêtement, dis-le sur cette
ligne.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***
>
> 1. *Rendez-vous tenus : 7, contre 5 la semaine dernière (+2). Le rythme remonte.*
> 2. *Devis envoyés : 4 pour 63 000 euros, contre 6 pour 80 000 euros. Moins de devis, mais pas moins de rendez-vous.*
> 3. *Gagné : 1 affaire, 12 000 euros. Perdu : 1 affaire, 9 000 euros.*
> 4. *Nouvelles affaires : 3, dont 2 venues de recommandations.*
> 5. *À retenir pour lundi : deux devis partis mercredi attendent encore une réponse.*

---

9. Comment prévoir le mois sans promettre un chiffre unique ?

Premier rendez-vous du mois. Une prévision avec un seul chiffre se trompe presque toujours, et personne ne sait de combien. La routine rend une fourchette, avec les hypothèses qui la portent. À lancer en début de mois.

À lui donner

1. L'export des affaires ouvertes, avec montant, étape et date de clôture prévue.

2. Tes taux de conclusion habituels par étape, tirés des douze derniers mois. Si tu ne les connais pas, joins la liste des affaires clôturées et Claude les calculera.
3. L'objectif du mois, si tu en as un.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous préparons la prévision du
mois.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous.
N'invente aucun taux de conclusion : si je ne t'en donne pas,
calcule-les depuis mes affaires clôturées, ou demande-les-moi.
Montre chaque calcul. Ne donne jamais un chiffre unique.

Affaires ouvertes : [colle ici l'export avec montant, étape, date
de clôture prévue]
Taux de conclusion par étape : [colle ici, ou joins la liste des
affaires clôturées des douze derniers mois]
Objectif du mois : [montant, ou « aucun »]

Rends :
1. Trois scénarios pour le mois : prudent, central, haut. Pour
chacun, le montant et les hypothèses.
2. Les affaires qui portent la prévision : les cinq plus lourdes
dans le scénario central.
3. Les trois affaires dont l'issue fait le plus bouger la
fourchette.
4. L'écart avec l'objectif, scénario par scénario.
5. Ce qu'il faudrait pour atteindre l'objectif si le scénario
central ne suffit pas.

Termine par les limites de cette prévision : ce que tu ne sais pas,
ce qui rend la fourchette large.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***

> 1. *Prudent : 38 000 euros (seules les affaires en accord verbal et négociation avancée). Central : 52 000 euros. Haut : 71 000 euros (si le Client B et le Client C concluent tous deux).*
> 2. *Affaires qui portent le scénario central : Client C, Client A, Client E, Client H, Client L.*
> 3. *Le plus de poids : Client B (31 000), Client C (22 000), Client A (18 000).*
> 4. *Objectif de 60 000 euros : manque 22 000 en prudent, 8 000 en central, dépassé de 11 000 en haut.*
> 5. *Pour atteindre l'objectif dans le central, il faut gagner une affaire de plus de 8 000 euros, ou faire avancer le Client B. Limites : les taux de conclusion viennent de 11 affaires clôturées seulement, la fourchette est donc large.*

---

10. Comment comprendre pourquoi tu gagnes ou tu perds des affaires ?

On retient mal ses victoires et on explique ses défaites par le prix. La routine relit les affaires clôturées du mois et cherche ce qui se répète. À lancer en fin de mois.

À lui donner

1. La liste des affaires clôturées du mois, gagnées et perdues, avec montant, origine, durée entre le premier contact et la décision, et motif noté.
2. Les notes d'échanges de ces affaires, si tu les as.

3. Les concurrents rencontrés.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous analysons les affaires gagnées
et perdues du mois.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous. Si
une information manque, écris « non renseigné » au lieu de la
deviner. Distingue toujours le motif que le client a donné du motif
que mes notes laissent voir : ils ne sont pas toujours les mêmes.
Si je te donne moins de cinq affaires, dis que toute conclusion est
fragile.

Affaires gagnées et perdues : [colle ici la liste avec motif,
origine, durée, montant]
Notes d'échanges : [colle ici, ou écris « aucune »]
Concurrents rencontrés : [colle ici]

Rends :
1. Un tableau : nombre d'affaires gagnées et perdues, montant gagné
et perdu, durée moyenne entre le premier contact et la décision.
2. Les motifs de perte regroupés, avec le nombre d'affaires dans
chaque groupe.
3. Ce que les affaires gagnées ont en commun (origine, durée,
interlocuteur, type de besoin), avec les exemples.
4. Trois enseignements, chacun appuyé par au moins deux affaires.
5. Un seul changement à tester le mois prochain, avec la façon de
savoir s'il a marché.
```

> ***Exemple de résultat, sur données fictives***
>
> 1. *Gagné : 4 affaires, 46 000 euros, 28 jours en moyenne. Perdu : 6 affaires, 71 000 euros, 51 jours en moyenne.*

> 2. *Motifs de perte : « pas le bon moment », 3 affaires. « Choisi un autre prestataire », 2 affaires. Aucune réponse, 1 affaire.*
> 3. *Les quatre affaires gagnées sont venues de recommandations ou d'anciens clients, avec un décideur présent dès le premier rendez-vous.*
> 4. *Enseignement : les affaires où le décideur n'est pas au premier rendez-vous durent près de deux fois plus longtemps et se perdent plus souvent. Appuyé par 5 affaires.*
> 5. *À tester : demander la présence du décideur avant de fixer le premier rendez-vous. À mesurer : la durée des cycles le mois prochain.*

---

11. Comment décider où concentrer ton énergie commerciale ?

Tu ne peux pas tout poursuivre. La routine met ton objectif face à ton pipe et à ton temps, puis te dit où tu as le plus de chances de l'atteindre. À lancer chaque mois, ou en début de trimestre.

À lui donner

1. L'objectif de chiffre du trimestre et ce qui est déjà gagné.
2. Le pipe par secteur, par offre et par origine.
3. Ton temps réel disponible pour vendre chaque semaine.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Nous décidons où concentrer
l'énergie commerciale.
```

```
Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous.
N'invente aucun objectif ni aucun taux : si une donnée manque,
demande-la-moi. Montre chaque calcul. Une recommandation n'est
jamais un ordre : donne les arguments pour et contre.

Objectif du trimestre : [montant]
Gagné à ce jour : [montant]
Pipe par secteur, par offre et par origine : [colle ici]
Temps disponible pour vendre chaque semaine : [nombre d'heures]
Taux de conclusion habituels : [colle ici, ou joins l'historique]

Rends :
1. L'écart restant entre l'objectif et le gagné.
2. Le potentiel de chaque secteur, de chaque offre et de chaque
origine : montant dans le pipe, taux de conclusion habituel,
résultat attendu.
3. Trois priorités pour le mois, avec pour chacune le temps à y
consacrer par semaine.
4. Deux choses à lâcher ou à ralentir, avec ce que ça coûte.
5. Ce qui te fait hésiter dans ton analyse.
```

Exemple de résultat, sur données fictives

1. *Écart restant : 90 000 euros (objectif 180 000, gagné 90 000).*
2. *Le secteur du transport pèse 64 000 euros dans le pipe pour 3 affaires. Le conseil pèse 48 000 euros pour 5 affaires, avec les cycles les plus courts.*
3. *Priorités : conclure les 3 affaires du transport (4 heures par semaine), relancer les 2 affaires de conseil en accord verbal (2 heures), tenir un rendez-vous de découverte par semaine côté recommandations (2 heures).*
4. *À ralentir : les prospects venus des salons, 1 affaire gagnée sur 9 le dernier trimestre. Coût : un flux de nouveaux contacts plus faible dans deux mois.*

> 5. *Hésitation : le secteur du transport repose sur un seul gros dossier.*

---

12. Comment préparer un coaching commercial en une seule chose à travailler ?

Un bilan de dix points n'améliore rien. La routine cherche, pour chaque commercial, le seul sujet qui compte ce mois-ci, avec des preuves tirées de son travail. À lancer chaque mois, avant un point individuel.

À lui donner

1. Pour chaque commercial : ses affaires, sa durée de cycle, son taux de transformation par étape.
2. Quelques échanges (mails, notes d'appel) choisis avec son accord.
3. Ce qu'il t'a dit vouloir améliorer.

Si tu vends seul, la routine marche aussi : donne tes propres chiffres et tes propres échanges, et tu obtiens la chose à travailler pour toi.

Le prompt

```
Tu es mon directeur commercial. Je prépare un point de coaching
individuel.

Règles : tu travailles uniquement avec les données ci-dessous. Si
une information manque, écris « non renseigné » au lieu de la
deviner. Chaque remarque cite sa preuve (une affaire, un échange,
un chiffre). Tu ne juges jamais la personne, seulement ce qu'elle a
fait. Tu ne compares pas les commerciaux entre eux.

Commercial : [prénom]
```

```
Ses affaires et ses chiffres : [colle ici]
Échanges choisis : [colle ici, avec son accord]
Ce qu'il dit vouloir améliorer : [colle ici]

Rends :
1. Ce qu'il fait bien : deux points, chacun avec sa preuve.
2. Une seule chose à travailler ce mois-ci, la plus utile, avec
trois preuves tirées de ses données.
3. Pourquoi cette chose avant les autres.
4. Un exercice concret à pratiquer pendant deux semaines.
5. Trois questions ouvertes à lui poser pendant le point, pour
qu'il trouve lui-même une partie de la réponse.

Si les données ne permettent pas d'identifier une chose à
travailler avec assez de preuves, dis-le.
```

Exemple de résultat, sur données fictives

Commercial : Camille.

1. *Fait bien : elle obtient la présence du décideur dans 4 affaires sur 5 (preuve : notes des affaires A, C, E, H). Ses relances de devis partent toujours sous 48 heures (preuve : dates des échanges).*
2. *À travailler : la fin de rendez-vous. Dans 3 affaires, aucun prochain pas n'est daté à la fin du premier rendez-vous (affaires B, D, F), et elles se sont éteintes.*
3. *Pourquoi d'abord : c'est le point qui coûte le plus d'affaires, et il se corrige sans changer son style.*
4. *Exercice : finir chaque rendez-vous en fixant la date du prochain contact, et la noter dans le CRM avant de quitter la pièce.*
5. *Questions : « Qu'est-ce qui t'empêche de proposer une date à la fin ? » « Dans quelle affaire cela a le mieux marché ? »*

13. Comment installer ces routines dans ta semaine ?

Les horaires du visuel du post sont des suggestions, pas des obligations. Le plus important est que chaque routine ait son créneau fixe, que tu protèges comme un rendez-vous.

Quand	Routine	Durée à prévoir pour relire
Lundi, 9 h	La revue du pipe	Le temps de lire le résultat et de décider
Mardi, 9 h	Les comptes à viser	Le temps de choisir les cinq comptes
Mercredi, 9 h	La relecture des messages	Le temps de valider ou refuser chaque changement
Jeudi, 9 h	Les affaires à risque	Le temps de lancer les actions de la journée
Vendredi, 16 h	La semaine en chiffres	Quelques minutes
Premier jour ouvré du mois	Les prévisions	Une demi-heure, le temps de relire les hypothèses
Fin du mois	Gagné et perdu, puis les objectifs	Une demi-heure chacun
Avant chaque point individuel	Le coaching	Le temps de préparer le point

Commence par la revue du lundi et la semaine en chiffres du vendredi. Ce sont les deux qui te montrent le plus vite si tes données sont assez propres. Ajoute les autres une par une, quand les deux premières tournent sans accroc.

Si tu les automatises, ne promets pas une heure d'exécution exacte à ton équipe. Les tâches récurrentes lancées depuis une session Claude Code partent avec un décalage possible de plusieurs minutes, et une tâche sur le bureau ne s'exécute que si la machine est allumée (**Claude Code, tâches planifiées**, consultée le 15/11/2026).

---

14. Ce que ces routines ne font pas

- Elles n'appellent personne, ne prennent aucun rendez-vous et n'envoient aucun message. Claude fait la lecture, les appels restent à toi.
- Elles ne remplacent pas ton jugement sur une affaire. Un client que tu connais bien vaut plus qu'un signal détecté dans un export.
- Elles ne valent que ce que valent tes données. Un CRM mal tenu donne une revue du pipe fausse, avec l'air d'être juste.
- Elles ne remplacent pas ta comptabilité : la semaine en chiffres décrit ce que tu lui donnes, elle ne chiffre rien d'elle-même.
- Elles ne décident pas à ta place : les prévisions sont des fourchettes, le coaching est une préparation, l'entretien reste humain.
- Elles peuvent se tromper. Relis chaque total, et vérifie toute affirmation qui te surprend.

Avant de coller des données de clients ou de collègues, vérifie les conditions de ton abonnement sur l'usage des conversations. Quand tu peux, remplace les noms par des initiales, surtout pour le coaching.

Questions fréquentes

Un directeur commercial dans Claude, ça veut dire quoi ?

Cela veut dire neuf routines que tu déroules avec Claude, qui prennent en charge la lecture : ce qui a bougé, ce qui dort, ce qui risque de t'échapper. Ce n'est pas un vrai directeur commercial, qui décide, négocie et coache sur le terrain. Claude prépare, tu appelles et tu tranches.

Faut-il un CRM pour utiliser ces routines ?

Non. Un tableur suffit, tant qu'il contient une ligne par affaire avec le montant, l'étape, la date du dernier contact et la prochaine action. Un CRM facilite l'export et garde l'historique, mais les routines partent d'un texte collé ou d'un fichier joint, quel que soit l'outil qui l'a produit.

Claude peut-il lire directement mon CRM ?

Pour HubSpot, il existe un connecteur officiel qui permet de lire et de rechercher les affaires, avec un aperçu et ton approbation avant toute modification. Pour Salesforce, Pipedrive ou un autre CRM, je n'ai pas vérifié de connecteur officiel : consulte le catalogue de ton compte Claude, ou pars d'un export.

Les routines peuvent-elles tourner seules chaque lundi ?

Oui, avec une tâche planifiée dans Claude Code. La tâche cloud tourne sans machine allumée mais ne voit pas tes fichiers locaux, donc ses données doivent venir d'un connecteur. La tâche sur le bureau accède à tes fichiers mais exige une machine allumée. Garde toujours une relecture humaine avant d'agir sur un résultat.

Peut-on se fier aux prévisions que Claude produit ?

À condition de les lire comme des fourchettes. La routine calcule à partir de tes affaires et de tes taux de conclusion, et affiche ses hypothèses. Si ton historique est mince, la fourchette est large et la routine te le dit. Elle ne remplace pas ton jugement sur les affaires qui comptent vraiment.

Ces routines marchent-elles si je vends seul ?

Oui. Les huit premières routines ne supposent aucune équipe : revue du pipe, comptes à viser, relecture, affaires à risque, bilan, prévisions, gagné et perdu, objectifs. Pour le coaching, donne tes propres chiffres et tes propres échanges : tu obtiens une chose à travailler pour toi, que tu peux appliquer dès le lendemain.

Que faire des données de clients collées dans Claude ?

Colle le strict nécessaire et remplace les noms par des initiales quand c'est possible. Vérifie les conditions de ton abonnement sur l'usage des conversations avant d'envoyer des montants ou des coordonnées. Pour le coaching, informe la personne que ses échanges servent à préparer le point, et demande son accord.

Par où commencer, avec neuf routines ?

Par la revue du pipe du lundi et la semaine en chiffres du vendredi. Elles demandent le moins de données et te disent vite si ton export est assez propre. Ajoute ensuite les affaires à risque du jeudi, puis les routines du mois quand tu as quatre semaines de recul.
