

Prospecter sans CRM : ce que tu remplaces, ce que tu perds

Une pile d'outils CRM coûte 300 à 800 euros par mois. Ce que les données publiques et Claude remplacent, ce qu'ils ne remplacent pas, le seuil où le CRM redevient utile.

BLYX-AGENCY.COM · 24 AVRIL 2026 · PAR MELVIN BRETON

Oui, tu peux prospecter sans CRM. Les données publiques de l'État et Claude couvrent la recherche de prospects, la qualification et l'analyse d'un marché local, pour 0 à 20 euros par mois. Un tableur discipliné assure ensuite le suivi. Ce montage ne remplace pas tout : ni les coordonnées directes, ni l'historique de relance partagé à plusieurs. Notre repère de bascule : au-delà d'une trentaine d'affaires suivies en même temps, un CRM redevient le bon outil.

1. Ce qu'une pile d'outils CRM coûte vraiment

La prospection B2B outillée repose presque toujours sur le même empilement, facturé au mois. Chaque brique paraît raisonnable prise seule, et l'addition surprend tous les dirigeants qui la font.

Brique	Ce qu'elle apporte	Ordre de prix
HubSpot ou Pipedrive	le CRM, le suivi commercial partagé	50 à 200 euros par mois





Kaspr ou

les emails et téléphones

50 à 150 euros par

Dropcontact

directs

mois

LinkedIn Sales
Navigator

le ciblage et la veille

environ 80 euros par
mois

La saisie et la
compilation

des listes propres et à jour

plusieurs heures par
semaine

Au total, la fourchette va de 300 à 800 euros par mois selon les options retenues. Ces ordres de grandeur sont relevés sur les tarifs publics des éditeurs, vérifiés le 30/08/2026.

Le point qui change la décision est ailleurs. Une bonne partie de ce que tu achètes là, la recherche et la qualification d'entreprises, existe gratuitement dans les registres publics de l'État. Reste à savoir ce que ces registres couvrent vraiment, et ce qu'ils ne couvriront jamais.

2. Ce que tu peux remplacer sans CRM

Trois fonctions de la pile se remplacent aujourd'hui par les données publiques interrogées avec Claude.

Constituer des listes de prospects. La base SIRENE, le registre officiel des entreprises françaises, recense environ 11 millions d'entreprises. Tu peux en tirer toutes les sociétés d'un secteur donné dans une zone précise, avec nom, SIRET, adresse, forme juridique et date de création.

Qualifier une liste existante. Statut actif ou radié, ancienneté, localisation exacte : de quoi trier une liste avant d'y passer du temps. Pour les données financières et les dirigeants, la base Pappers



complète le dispositif, le mode d'emploi est dans [le guide Claude et](#)



Analyser un marché local. Nombre d'entreprises actives, créations récentes, répartition par territoire : les questions qu'un dirigeant se pose avant d'attaquer une zone trouvent réponse dans les mêmes bases.

Le canal d'accès s'appelle MCP, un protocole qui permet à Claude d'interroger une source de données directement, en langage naturel. L'installation tient en une commande et les prompts de prospection sont prêts à copier : tout est détaillé dans [le guide du MCP data.gouv.fr](#). Inutile de le refaire ici, la procédure y est maintenue à jour.

La mécanique quotidienne, relances comprises, est détaillée dans [refaire ta prospection avec Claude Code](#).

3. Ce que tu ne peux pas remplacer

L'honnêteté oblige à poser l'autre colonne du tableau. Trois fonctions résistent, et ce sont elles qui justifient encore les abonnements.

Les coordonnées directes. Les registres publics donnent l'adresse du siège, pas l'email nominatif ni la ligne directe du dirigeant. C'est exactement ce que vendent les outils d'enrichissement, et c'est aussi le terrain le plus encadré par la loi, on y revient plus bas.

L'historique de relance. Savoir qui a été contacté, quand, avec quelle réponse, et quand rappeler. Un tableur le fait très bien à petit volume puis de moins en moins bien à mesure que les affaires s'accumulent.



Le travail à plusieurs. Dès que deux personnes prospectent les mêmes outils, il faut une base commune avec des règles. Sans elle, les doublons de relance arrivent vite, et ils coûtent des prospects.

Le montage données publiques plus Claude remplace donc la recherche et la qualification, pas la relation dans la durée. C'est la distinction qui structure tout le comparatif qui suit.

4. Le comparatif CRM contre données publiques

Voici la comparaison honnête, poste par poste. Elle vaut pour un indépendant ou une petite équipe commerciale, pas pour une force de vente structurée.

	Pile d'outils CRM	Données publiques + Claude
Coût mensuel	300 à 800 euros	0 euro, ou 20 euros avec Claude Pro
Recherche de prospects	ciblage payant	registres officiels gratuits
Fiabilité des données	variable, souvent issue de collecte automatisée	source officielle de l'État
Coordonnées directes	oui, via l'enrichissement payant	non, données publiques uniquement
Suivi commercial	intégré et partagé	à construire toi-même
Travail à plusieurs	natif	limité, discipline requise



Mise en route

plusieurs jours de
paramétrage

quelques minutes

Prise en main

formation nécessaire

tu poses des
questions en français

Deux précisions pour garder le tableau honnête. D'abord, source officielle ne veut pas dire réponse parfaite : le serveur MCP de l'État est récent, une réponse peut être incomplète, vérifie toujours une donnée critique avant d'agir. Ensuite, la colonne de droite ne couvre pas tout : si ton activité repose sur des emails directs et une relance coordonnée à plusieurs, une partie des abonnements garde sa raison d'être. Pour la recherche et la qualification de prospects, en revanche, le montage fait le travail, gratuitement.

5. Où ranger tes prospects sans CRM

Sans CRM, le suivi vit dans un seul fichier, tableur ou base Notion, peu importe l'outil. Ce qui compte, c'est la discipline des colonnes et une règle unique.

Les colonnes minimales : entreprise, SIRET, contact, statut, dernière action, prochaine relance. La règle unique : chaque ligne porte une date de prochaine action. Un prospect sans prochaine action est un prospect perdu, pas un prospect en attente.



En début de
semaine

extraire et qualifier de nouveaux prospects avec
Claude

Chaque matin

ouvrir le fichier et traiter les relances du jour

En fin de semaine

mettre à jour les statuts, archiver les affaires closes

L'ensemble tient en une trentaine de minutes par semaine à petit volume, hors échanges avec les prospects. Dernier avantage, souvent oublié : ce fichier est ta porte de sortie. Le jour où tu passes sur un CRM ou un outil dédié, tu importes une base propre au lieu de repartir de zéro.

Un espace [Notion piloté par Claude](#) fait aussi très bien ce travail de rangement, sans ressaisie.

6. Quand un CRM redevient nécessaire

Le seuil ne se mesure pas en chiffre d'affaires, il se mesure en affaires suivies. Notre repère chez Blyx : autour d'une trentaine d'affaires ouvertes en même temps, ou dès que deux personnes relancent les mêmes contacts, le fichier ne suffit plus.

Les signaux ne trompent pas : des relances oubliées, des doublons de contact, un fichier qui ne dit plus qui a parlé à qui, des colonnes ajoutées à la va-vite que personne ne remplit. À ce stade, continuer sans base commune coûte des affaires, pas seulement du confort.

Deux chemins s'ouvrent alors. Un CRM du marché couvre bien un c
de vente classique, et c'est le bon choix dans la majorité des cas. U



outil construit sur ton process se justifie quand ta façon de vendre ne

recherche dans les cases des éditeurs. La grille de décision complète  est dans [CRM sur mesure ou CRM standard](#).

Et si le sur mesure est ton cas, c'est précisément le terrain de nos [solutions sur mesure](#) : un outil qui épouse ton cycle de vente, construit une fois, sans abonnement par utilisateur.

7. Ce que la loi t'interdit quand même

Prospecter sans CRM ne dispense de rien côté RGPD. Une donnée publique reste une donnée personnelle dès qu'elle identifie une personne, le nom d'un dirigeant par exemple. La publication au registre n'emporte aucun droit de la réutiliser sans cadre.

Ce que le cadre impose en prospection B2B, dans les grandes lignes :

- ✓ un intérêt légitime documenté, et un message en lien avec la fonction professionnelle de la personne contactée ;
- ✓ une information claire sur l'origine des données dès le premier message, avec un moyen simple de s'opposer ;
- ✓ le respect immédiat de toute opposition, et sa trace pour ne jamais recontacter la personne ;
- ✓ aucune collecte de données sensibles au sens de l'article 9 du RGPD, même trouvées en ligne.

Ces règles s'appliquent à un fichier Excel exactement comme à un CRM à 800 euros par mois. Le détail du cadre est dans [cold email B2B : ce que la CNIL autorise](#).



Questions fréquentes



Peut-on vraiment prospecter sans CRM quand on est une TPE

Oui, et c'est même le bon choix en dessous d'un certain volume. Les données publiques interrogées avec Claude couvrent la recherche et la qualification de prospects, un tableur discipliné couvre le suivi. Le CRM redevient utile quand le nombre d'affaires suivies dépasse ce qu'un fichier tient proprement, autour de la trentaine.

Combien coûte la prospection avec les données publiques et Claude

De 0 à 20 euros par mois, le prix d'un abonnement Claude Pro, contre 300 à 800 euros par mois pour une pile d'outils classique, fourchettes vérifiées le 30/08/2026. La différence ne porte pas sur tout : les coordonnées directes et le suivi partagé restent le terrain des outils payants.

À partir de combien d'affaires un CRM devient-il nécessaire

Notre repère est une trentaine d'affaires ouvertes en même temps, ou le moment où deux personnes relancent les mêmes contacts. Les signaux concrets sont des relances oubliées, des doublons et un historique illisible. À ce stade, la question n'est plus de savoir s'il faut un outil, mais s'il doit venir du marché ou être construit sur ton process.

Le RGPD s'applique-t-il aux données publiques d'entreprises



Oui, dès qu'une donnée identifie une personne physique, comme le

 **Blyx** exigeant. La publication au registre n'autorise pas une



réutilisation sans cadre : intérêt légitime, information de la personne

dès le premier message, droit d'opposition respecté. Un fichier Excel de prospection y est soumis exactement comme un CRM.

