DOSSIER DE TRAVAIL · ACQUISITION B2B

Le système de prospection LinkedIn

3 RDV qualifiés par semaine : l'objectif

La méthode pour choisir vos prospects, préparer vos conversations et automatiser les tâches répétitives avec Claude, ChatGPT et Yauda.

4 dossiers de travail · 10 prompts IA · 3 séquences LinkedIn
4 skills Claude · 1 modèle de pilotage · Le système Yauda en bonus

Pour dirigeants, consultants et équipes commerciales B2B.
Un objectif à tester selon votre marché, votre offre et vos conversions. Aucune garantie de résultat.

01 · SYNTHÈSE ET DIAGNOSTIC

Trois décisions avant d’automatiser

- Commencez par une cible étroite. Une liste pertinente et un contexte réel donnent une base plus solide qu’un objectif de volume isolé.
- Calculez le besoin de prospects à partir de vos conversions. Pour 3 RDV, les hypothèses 55 % × 20 % × 20 % impliquent 137 invitations théoriques par semaine.
- Automatisez après un premier test validé. Yauda exécute les étapes configurées ; vous gardez les décisions commerciales et la qualification finale.

Votre difficulté	Décision prioritaire	Dossier
Vous ne savez pas qui contacter.	Choisir un seul segment et trois critères vérifiables.	01 · Ciblage
Les invitations sont rarement acceptées.	Relire dix profils et le message d’invitation avant d’augmenter le volume.	01 · Ciblage
Les connexions répondent peu.	Tester une seule nouvelle accroche sur un groupe comparable.	02 · Messages
Les réponses ne donnent pas de RDV.	Vérifier le problème puis proposer un échange avec un objectif précis.	03 · Conversations
Vous ne savez pas ce qui fonctionne.	Remplir le tableau et comparer les mêmes délais de réponse.	04 · Pilotage

> **Définition du rendez-vous qualifié**
>
> Le prospect correspond à votre cible, exprime un problème, est un interlocuteur pertinent et souhaite un échange. Un « merci » ou une connexion acceptée ne suffit pas.

02 · MODÈLE DE CONVERSION

Le volume découle de vos conversions

RDV souhaités ÷ (acceptation × réponse × conversion RDV)

Les taux s'appliquent successivement : acceptations par invitation, répondants par acceptation, puis RDV qualifiés par répondant. Ils sont exprimés en décimales dans le calcul.

Scénario illustratif	Acceptation	Réponse	RDV / répondants	Invitations pour 3 RDV
Conversion faible	55 %	14 %	20 %	195
Hypothèse de départ	55 %	20 %	20 %	137
Conversion améliorée	55 %	35 %	20 %	78

Exemple de calcul

3 ÷ (0,55 × 0,20 × 0,20) = 136,36, soit 137 invitations théoriques. Les acceptations et les RDV peuvent arriver une autre semaine : ce modèle suppose un flux stable.

Décision à prendre

Si le volume dépasse vos capacités ou les limites applicables à votre compte LinkedIn, ne forcez pas l'envoi. Travaillez sur la pertinence et les conversions, ou mobilisez des contacts déjà connectés et des sources entrantes.

Ces scénarios sont des hypothèses de travail, pas des benchmarks de marché. Ils ne prédisent aucun résultat. Un taux nul rend l'objectif impossible dans ce modèle.

03 · DOSSIER CIBLAGE

Une cible précise et une raison d’écrire

Une liste de dix prospects, chacun associé à une raison de le contacter.

Critère	Exemple fictif à remplacer
Offre	Automatiser les ressaisies entre les outils commerciaux et le CRM.
Cible	Dirigeants d’agences B2B françaises de 10 à 50 salariés.
Déclencheur	Un post récent décrit la double saisie dans le CRM.
Exclusions	Clients actuels, opposition, opportunité ouverte, campagne déjà active.

Signal	Ce qui mérite une vérification	Limite
Douleur exprimée	Un post décrit précisément le problème que vous résolvez.	Une plainte générale sans lien avec votre offre.
Recherche de solution	Une demande de recommandation ou de comparaison.	Une veille éditoriale sans projet identifié.
Interaction pertinente	Un commentaire argumenté sur votre sujet ou une alternative.	Un like isolé : intérêt faible, à vérifier.
Changement de poste	Un décideur rejoint une entreprise de votre ICP.	Un nouveau poste ne prouve ni besoin ni budget.
Recrutement ciblé	Une offre d’emploi révèle un chantier lié à votre solution.	Recruter peut être une alternative à votre offre.

> **Sortie attendue**
>
> Dix lignes : personne, entreprise, URL du profil, critères confirmés, signal, source, date, historique, décision et motif. Donnée inconnue : vérifier. Opposition : exclure.

04 · DOSSIER MESSAGES

Un fait précis, une proposition utile, une question

« Bonjour Léa, vous évoquiez la double saisie dans votre CRM. J'ai une checklist pour identifier les tâches répétitives. Souhaitez-vous que je vous la partage ? »

Séquence	Quand l'utiliser	Premier message à adapter
Douleur exprimée	Pour un prospect qui décrit un problème lié à votre offre.	Merci pour la connexion. Vous évoquiez [fait exact]. J'ai une checklist pour [action utile]. Souhaitez-vous que je vous la partage ?
Interaction sur un sujet	Pour un commentaire pertinent. Ne présumez pas d'un projet d'achat.	Merci [prénom]. Vous mentionniez [point exact]. Nous travaillons sur [sujet lié]. Est-ce un enjeu chez vous ou surtout un sujet de veille ?
Nouveau rôle ou chantier	Pour un changement vérifié. Commencez par valider la priorité.	Merci pour la connexion. Dans votre nouveau rôle, [problème lié à l'offre] fait-il partie de vos priorités ou est-ce trop tôt pour en parler ?

Cadence de départ

Invitation seulement si nécessaire ; premier message après acceptation ; une relance utile à J+3 ouvrés et une clôture à J+8 ouvrés depuis le premier message, sans réponse uniquement.

Règle d'arrêt

Toute réponse suspend les relances. Une opposition entraîne arrêt et exclusion. Deux relances maximum. Les exemples utilisent des variables : vérifiez-les et assurez-vous que la ressource proposée existe.

05 · DOSSIER CONVERSATIONS

Qualifier avant de demander un créneau

Réponse reçue	Prochaine action
Intérêt ou question	Répondre au contenu puis vérifier le problème ou la priorité.
Objection	Comprendre le point précis, répondre avec des faits, sans forcer un appel.
Plus tard	Demander si une date de reprise convient.
Mauvais interlocuteur	Demander une orientation avec son accord, sans supposer un transfert.
Refus / opposition	Arrêter la séquence et inscrire l'exclusion.

Quatre critères pour proposer un RDV

Cible confirmée ; problème exprimé ; interlocuteur pertinent ; intérêt explicite pour un échange.

Exemple fictif

« Vous évoquez deux heures de ressaisie par semaine. Je vous propose 15 minutes pour cartographier une tâche et voir si une automatisation vaut la peine. Je suis disponible [créneaux vérifiés + fuseau]. Est-ce utile pour vous ? »

Ce qui doit rester exact

Un créneau proposé n'est pas une réservation confirmée. Ne promettez pas un gain non mesuré. Suivez séparément les RDV pris, confirmés et tenus.

06 · DOSSIER PILOTAGE

Un tableau, une revue, une amélioration

Indicateur	Calcul
Acceptation	Acceptations ÷ invitations envoyées
Réponse	Répondants uniques ÷ acceptations
Conversion en RDV	Contacts avec RDV qualifié pris ÷ répondants uniques
Présence	Contacts avec RDV tenu ÷ contacts avec RDV pris

Comparer ce qui est comparable

Regroupez les prospects démarrés sur une même période avec la même séquence. Une personne compte une fois à chaque étape. Utilisez la même fenêtre de réponse, par exemple 14 jours après le premier message, puis adaptez-la à votre cycle. Un dénominateur nul signifie « non calculable ».

Exemple fictif	Invitations	Acceptations	Répondants	RDV pris	RDV tenus
Groupe A	100	55	11	2	2

Ordre de revue

1. Vérifier la qualité des données. 2. Identifier l'étape qui semble limiter le résultat. 3. Relire quelques cas concrets. 4. Tester une seule modification. 5. Fixer une date de revue. Quelques réponses ne suffisent pas à établir un gagnant.

07 · BONUS YAUDA

Séparer les décisions et l'exécution

Le système relie les étapes : détection → qualification → messages → relances → conversations → rendez-vous. L'objectif est d'automatiser les tâches répétitives, après validation du pilote.

Étape	Rôle de l'outil	Votre décision
Cible et offre	Claude / ChatGPT propose la fiche à partir de vos données.	Vous validez le segment, les preuves et les exclusions.
Détection et qualification	Les agents Yauda exploitent les sources et réglages disponibles.	Vous contrôlez dix dossiers et les signaux non couverts nativement.
Messages et relances	Les campagnes Yauda exécutent les étapes configurées.	Vous validez les textes, les variables, les plafonds et les arrêts.
Conversations et rendez-vous	L'Unibox centralise le suivi des échanges accessibles.	Vous vérifiez la qualification et confirmez le rendez-vous.

Réglage 1 · Connecter et cadrer

Dans Yauda, connectez votre propre compte LinkedIn. Vérifiez son état, votre fuseau et vos capacités d'envoi. Préparez votre fiche ICP, votre offre, vos preuves et une ressource réelle. Claude/ChatGPT servent à préparer les contenus ; aucun connecteur n'est requis pour utiliser les prompts.

Réglage 2 · Régler la détection

Dans Agents, sélectionnez le compte et la liste de destination. Reportez l'ICP validé et choisissez les sources disponibles dans votre interface : interactions, concurrents, experts ou mots-clés. Les changements de poste et recrutements demandent une source complémentaire vérifiée si leur détection n'est pas disponible.

Réglage 3 · Contrôler les exclusions

Relisez dix premiers prospects. Vérifiez clients, oppositions, opportunités ouvertes, historique partagé et campagnes actives, y compris chez vos collègues. Ne comptez pas sur le seul dédoublonnage pour empêcher toute sollicitation répétée. Écartez les profils avec une preuve insuffisante.

08 · BONUS YAUDA

Configurer une campagne que vous pouvez contrôler

Réglage 4 · Monter la campagne

Créez « Pilote · CRM · agences FR ». Choisissez la bonne liste et le bon expéditeur. Ajoutez une invitation pour les non-connectés, un message après acceptation, puis deux relances avec des délais correspondant à la cadence choisie. Vérifiez les conditions de connexion : aucun message ne doit partir avant acceptation.

Réglage 5 · Tester avant d'activer

Personnalisez la séquence « Douleur exprimée ». Vérifiez les variables sur dix dossiers, les délais, les plafonds et les règles d'arrêt. Testez une réponse et une opposition avec des contacts de test consentants. Si l'arrêt attendu n'est pas confirmé, gardez la campagne en pause. Activez ensuite un petit lot validé.

Réglage 6 · Faire tourner et qualifier

Les agents et campagnes exécutent la détection et les étapes configurées selon leurs réglages et les capacités du compte. Contrôlez les réponses dans l'Unibox. Toute réponse doit suspendre les relances ; une opposition doit entraîner arrêt et exclusion. La qualification finale et la confirmation du rendez-vous restent à vérifier humainement. La réservation autonome n'est pas supposée par ce kit.

Campagne de référence

Nom : Pilote · CRM · agences FR. Liste : dix profils validés. Compte : votre compte vérifié. Séquence : douleur exprimée. Message : contexte précis + ressource réelle + question. Relances : deux au maximum, uniquement sans réponse.

Limites à connaître

La collecte de changements de poste ou de recrutements demande une source complémentaire vérifiée si elle n'est pas proposée dans votre compte. Les réglages et automatisations dépendent de l'offre disponible. La qualification finale et la confirmation du RDV restent à vérifier humainement. Ce kit n'active aucune campagne.

09 · PLAN DE MISE EN PLACE

Organiser les 14 premiers jours

Période	Priorité	Livrable à valider
Jours 1–2	Choisir un seul segment	Une fiche client idéal, une offre en une phrase, des exclusions.
Jours 3–4	Préparer dix dossiers	Dix profils relus avec un signal vérifié et daté.
Jours 5–7	Tester les messages	Une séquence personnalisée et un premier lot validé.
Jours 8–10	Configurer Yauda	Un agent, une liste et une campagne test, avec conditions d'arrêt vérifiées.
Jours 11–14	Examiner les premiers retours	Un tableau à jour et une première hypothèse d'amélioration. Les groupes récents restent provisoires.

Ce calendrier organise le travail. Il ne promet pas trois rendez-vous au bout de 14 jours. Les groupes récents peuvent manquer de recul pour mesurer leurs conversions.

Avant toute activation

- Un ICP validé et trois critères observables
- Une source et une date pour chaque signal retenu
- Les clients, doublons et oppositions exclus
- Le bon compte d'envoi et les connexions vérifiés
- Dix messages et leurs variables relus
- Les délais, plafonds et arrêts testés
- Un agenda réel et une définition du RDV qualifié
- Une revue hebdomadaire avec des cohortes comparables

10 · MODE D'EMPLOI DES RESSOURCES

Choisissez le format qui vous convient

1. Commencez par le guide

Lisez la synthèse et le diagnostic. Choisissez le dossier qui correspond à votre difficulté actuelle.

2. Complétez le brief

Renseignez l'offre, la cible et vos preuves. Un exemple fictif ne doit jamais devenir une preuve client.

3. Utilisez un prompt ou un skill

Dans Claude ou ChatGPT, collez le brief puis le prompt. Les quatre skills sont une option réutilisable pour Claude.

4. Validez puis testez

Relisez le résultat sur dix prospects. Automatisez seulement après validation du ciblage, des messages et des règles d'arrêt.

Prompts : sans installation

Ouvrez Claude ou ChatGPT. Copiez le brief depuis briefing.md, renseignez-le, puis collez un prompt de 10-prompts.txt. Vérifiez le résultat avant de continuer.

Skills Claude : option réutilisable

Le pack contient quatre dossiers SKILL.md avec leurs références et leurs ZIP individuels. Importez un ZIP via l'option de skills personnalisés si votre compte Claude la propose, ou copiez les dossiers sous .claude/skills/ dans votre projet Claude Code. Les interfaces peuvent varier. Sans cette option, utilisez les prompts.

Aucun accès implicite à LinkedIn

Les skills travaillent sur les données que vous fournissez. Ils ne collectent pas de profils, ne consultent pas vos comptes et n'envoient pas de messages sans outil explicitement connecté. Aucun connecteur n'est installé par ce pack.

11 · BRIEF À REMPLIR

Donner un contexte exploitable à l'IA

```
Offre : [ce que vous vendez, à qui, résultat, limites].
Marché : [pays, langue]. Preuves réelles : [cas clients vérifiables].
Client idéal (ICP) validé : [secteur, taille, rôle]. Exclusions : [clients,
concurrents, oppositions].
Contexte du prospect : [faits, URLs, dates]. Historique : [échanges
confirmés].
Ne fabrique aucune preuve, aucun besoin ni aucun résultat. Marque toute
donnée manquante « à vérifier ». Prépare uniquement ; n'envoie rien.
```

Exemple fictif de brief

Offre : cartographier puis automatiser une tâche de ressaisie CRM. Marché : France, français. Cible : agences B2B de 10 à 50 salariés, dirigeant ou responsable commercial. Preuve : fournir uniquement un cas client autorisé et vérifiable ; sinon, indiquer « aucune preuve disponible ». Ressource : checklist réellement produite. Exclusions : clients, oppositions, prospects déjà en conversation.

Contrôle qualité du résultat

Pouvez-vous expliquer chaque critère ? Retrouver la source de chaque fait ? Fournir la ressource proposée ? Reconnaître les inconnues ? Si une réponse est non, complétez le dossier avant l'envoi.

Les dix prompts complets, les trois séquences et les quatre skills sont dans le pack ZIP. Guide détaillé Yauda : yauda.ai/fr/playbook. Objectif : une méthode maîtrisée, puis une automatisation contrôlée.