Clair–Ensemble

GUIDE · À LIRE EN 10 MINUTES

Le CRM, expliqué simplement.

Ce qu'est un CRM, ce qu'il sait faire, et comment savoir si votre entreprise en a besoin. Sans jargon, avec des exemples concrets.

POUR COMMENCER

Un CRM, c'est quoi ?

« CRM » vient de l'anglais *Customer Relationship Management* : la gestion de la relation client. Derrière ce nom compliqué se cache une idée très simple.

Un CRM, c'est un carnet d'adresses qui se souvient de tout et qui vous dit quoi faire ensuite.

Aujourd'hui, dans beaucoup d'entreprises, les informations sur les clients sont **éparpillées** : un numéro dans le téléphone, un devis dans la boîte mail, une note sur un post-it, un tableau Excel que personne ne met à jour. Résultat : on oublie de rappeler quelqu'un, on ne sait plus ce qui a été promis, et un client potentiel part chez un concurrent.

Le CRM rassemble tout **au même endroit** : chaque client, chaque prospect, chaque échange, chaque devis. Et surtout, il vous rappelle **la prochaine chose à faire**.

Sans CRM

- Les contacts sont un peu partout
- On relance « quand on y pense »
- Seule une personne sait où en est un client
- On ne sait pas d'où viennent les nouveaux clients

Avec un CRM

- Tout est sur une seule fiche par client
- Le CRM rappelle quand relancer
- Toute l'équipe voit la même information
- On sait ce qui apporte des clients

À quoi ressemble une fiche client



Exemple fictif. À gauche, les informations ; à droite, l'historique des échanges ; en jaune, la prochaine chose à faire.

LES FONCTIONNALITÉS

Ce qu'un CRM sait faire.

Tous les CRM ne font pas tout. Voici les fonctions les plus courantes, des plus essentielles aux plus avancées. Une petite entreprise n'a souvent besoin que des cinq premières.

01

Le fichier clients et prospects ESSENTIEL

Une fiche par personne ou par entreprise : nom, coordonnées, adresse, ce qu'elle a demandé, ce qu'elle a acheté.

EXEMPLE
Un client appelle : en un clic, vous retrouvez son nom, son dernier devis et ce que vous lui aviez dit.

CE QUE ÇA CHANGE
Plus besoin de chercher dans le téléphone, les mails et les papiers.

02

L'historique des échanges ESSENTIEL

Chaque appel, e-mail, rendez-vous ou devis est noté sur la fiche, avec la date et la personne qui s'en est occupée.

EXEMPLE
Votre associé est absent : vous voyez qu'il a promis un rappel au client mardi.

CE QUE ÇA CHANGE
L'information n'est plus dans la tête d'une seule personne.

03

Les étapes de vente ESSENTIEL

Chaque prospect avance dans un parcours : premier contact, devis envoyé, en discussion, signé ou perdu. On appelle souvent cela un « pipeline ».

EXEMPLE
Vous voyez d'un coup d'œil les 6 devis en attente de réponse.

CE QUE ÇA CHANGE
Vous savez ce qui peut se signer bientôt et où concentrer vos efforts.

04

Les tâches et les rappels ESSENTIEL

Pour chaque client, une prochaine action avec une date : rappeler, envoyer le devis, passer voir. Le CRM vous prévient le jour venu.

EXEMPLE
Lundi matin, le CRM affiche : « 3 clients à rappeler aujourd'hui ».

CE QUE ÇA CHANGE
Plus aucune relance oubliée.

05

Les contacts qui arrivent tout seuls ESSENTIEL

Quand quelqu'un remplit le formulaire de votre site ou réserve un rendez-vous en ligne, sa fiche se crée automatiquement.

EXEMPLE
Une demande de devis arrive à 22 h : le lendemain, elle est déjà dans le CRM.

CE QUE ÇA CHANGE
Personne ne recopie les e-mails dans un tableau. Aucune demande ne se perd.

Les étapes de vente, en image



Exemple fictif. Chaque carte est un prospect ; on la fait glisser d'une colonne à l'autre quand il avance.

06

Les relances automatiques

Le CRM envoie lui-même un e-mail de relance si un client ne répond pas, selon des règles que vous choisissez (par exemple : 3 jours après le devis). La relance s'arrête dès que le client répond.

EXEMPLE
Sans réponse à un devis, un e-mail poli part au bout de 3 jours, puis un autre au bout de 7.

CE QUE ÇA CHANGE
Vous relancez tout le monde, sans y passer de temps.

07

Les e-mails et les modèles

Vous envoyez vos e-mails depuis le CRM, avec des modèles prêts à l'emploi (confirmation de rendez-vous, envoi de devis, remerciement). Ils sont rangés automatiquement sur la bonne fiche.

EXEMPLE
En deux clics : « Voici votre devis », déjà rempli avec le nom du client.

CE QUE ÇA CHANGE
Des messages plus rapides et toujours bien écrits.

08

L'agenda et la prise de rendez-vous

Le CRM se relie à votre agenda. Vos clients peuvent réserver un créneau en ligne, et le rendez-vous apparaît sur leur fiche.

EXEMPLE
Un prospect réserve un appel de 20 minutes : un rappel lui est envoyé la veille.

CE QUE ÇA CHANGE
Moins d'allers-retours pour trouver une date, moins de rendez-vous oubliés.

09

Les devis et les factures

Selon l'outil, le CRM prépare les devis et les factures, ou se connecte à votre logiciel de facturation. Un devis signé fait passer le client à l'étape suivante.

EXEMPLE

Le client signe en ligne : sa fiche passe à « Signé » et la facture d'acompte est prête.

CE QUE ÇA CHANGE

Moins de ressaisie entre les outils.

10

Les étiquettes et les envois groupés

Vous classez vos contacts par étiquettes (ville, type de client, intérêt) pour leur envoyer un message adapté, comme une lettre d'information.

EXEMPLE

Un e-mail à tous vos clients « entretien de chaudière » avant l'hiver.

CE QUE ÇA CHANGE

Vous gardez le contact avec vos clients. Attention : pour la prospection par e-mail, le RGPD impose des règles (voir page suivante).

11

Les tableaux de bord

Des chiffres simples, mis à jour tout seuls : nombre de demandes reçues, devis envoyés, devis signés, origine des clients.

EXEMPLE

Vous découvrez que la moitié de vos clients viennent du bouche-à-oreille, et peu des réseaux sociaux.

CE QUE ÇA CHANGE

Vous décidez avec des faits plutôt qu'à l'intuition.

12

Le travail en équipe

Chaque client peut être attribué à une personne. Chacun voit ce qui le concerne, et vous choisissez qui peut voir ou modifier quoi.

EXEMPLE

Nathan suit les nouveaux prospects, Elliot les clients en cours de projet.

CE QUE ÇA CHANGE

Plus de doublons ni de « je croyais que tu l'avais appelé ».

13

L'application mobile

La plupart des CRM ont une application pour téléphone : vous consultez une fiche ou ajoutez une note depuis un chantier ou une voiture.

EXEMPLE

À la sortie d'un rendez-vous, vous notez en 30 secondes ce qui a été dit.

CE QUE ÇA CHANGE

Les informations sont notées tout de suite, pas « ce soir, si j'y pense ».

14

Les connexions avec vos autres outils

Le CRM peut échanger des informations avec votre site, votre messagerie, votre agenda, votre logiciel de facturation ou de comptabilité.

EXEMPLE

Un client modifie son adresse dans la facturation : elle est aussi mise à jour dans le CRM.

CE QUE ÇA CHANGE

Une information saisie une seule fois est à jour partout.

15

L'assistant d'intelligence artificielle AVANCÉ

Une IA peut lire un e-mail et préparer la fiche, résumer un appel, classer les demandes par priorité ou proposer un brouillon de relance. Elle prépare le travail, mais c'est vous qui validez.

EXEMPLE

Un long e-mail arrive : l'IA en tire le besoin, le budget et l'urgence, et vous propose une réponse à relire.

CE QUE ÇA CHANGE

Moins de temps passé sur les tâches répétitives, sans perdre la main.

À SAVOIR

Vos données, vos règles.

Le RGPD

Un CRM contient des données personnelles. Il faut décider ce que l'on garde et combien de temps, informer vos contacts et leur permettre de demander la suppression de leurs données. Pour envoyer de la prospection par e-mail à des particuliers, il faut leur accord préalable.

La sécurité

Choisissez un outil sérieux, protégez l'accès par un mot de passe solide (et si possible un code en plus), donnez à chacun seulement les accès utiles, et vérifiez que vous pouvez exporter vos données à tout moment.

Une règle importante sur les réseaux sociaux

Instagram, Facebook et Messenger interdisent l'envoi automatique de messages de prospection : le compte peut être bloqué. Un CRM peut vous rappeler quand relancer quelqu'un sur ces réseaux, avec le message prêt, mais c'est vous qui l'envoyez. Les relances par e-mail, elles, peuvent être automatiques.

ET VOUS ?

Avez-vous besoin d'un CRM ?

Si vous cochez au moins deux cases, un CRM vous ferait probablement gagner du temps et des clients.

- [ ] Il vous arrive d'oublier de rappeler un client ou de relancer un devis.
- [ ] Vos contacts sont dans plusieurs endroits (téléphone, e-mails, tableur, papier).
- [ ] Vous êtes plusieurs à parler aux mêmes clients.
- [ ] Vous ne savez pas vraiment combien de devis sont en attente.
- [ ] Vous ne savez pas d'où viennent vos nouveaux clients.
- [ ] Vous recopiez les mêmes informations dans plusieurs outils.
- [ ] Vous aimeriez rester en contact avec vos anciens clients, sans y penser.

Par où commencer

1. **Commencer petit.** Les fonctions 1 à 5 suffisent pour démarrer : fiches, historique, étapes, rappels et contacts automatiques depuis votre site.
2. **Choisir un outil simple.** Il existe d'excellents CRM prêts à l'emploi, parfois gratuits pour les petites équipes. Le sur-mesure n'est utile que si votre façon de travailler est très particulière.
3. **Le relier à vos outils.** Site, agenda et messagerie : c'est ce qui évite la ressaisie et rend le CRM vraiment utile au quotidien.
4. **Ajouter l'automatisation ensuite.** Relances, puis assistant IA, une fois que l'équipe a pris ses habitudes.

Petit lexique

LE MOT	CE QU'IL VEUT DIRE
Prospect	Une personne intéressée qui n'est pas encore cliente.
Lead	Un contact entrant : quelqu'un qui a laissé ses coordonnées (formulaire, salon, appel).
Pipeline	Les étapes de vente, représentées en colonnes.
Opportunité	Une vente possible : un devis en cours avec un client.
Relance	Un rappel envoyé à quelqu'un qui n'a pas répondu.
Segment	Un groupe de contacts qui ont un point commun (ville, besoin…).
Intégration	Une connexion entre le CRM et un autre logiciel.
Automatisation	Une tâche répétitive que le CRM fait tout seul, selon vos règles.

Envie d'en parler ?

Clair Ensemble met en place des CRM simples, à vos mots, reliés à votre site et à vos outils, avec des automatisations et une IA qui restent sous votre contrôle. Premier échange de 20 minutes, par téléphone ou en visio : **cal.com/clair-ensemble/premier-rendez-vous**