

Préparer un message de prise de contact

Partir d'une raison vérifiée sans inventer d'information sur le destinataire

Module AT6 - FAIRE - 7 min - version 1.1

Une prise de contact devient risquée quand le modèle fabrique la raison du message à partir de peu d'informations : compliment générique, projet supposé, actualité non vérifiée ou besoin attribué au destinataire.

L'exercice fait l'inverse : la raison vient de ta matière ; le modèle ne fait que rédiger autour.

Ce que tu sauras faire en sortant

- Écrire une raison de contact distincte du simple fait d'avoir un nom dans une liste.
- Vérifier chaque information attribuée au destinataire.
- Produire un brouillon qui ne fabrique ni besoin, ni projet, ni performance.
- Séparer qualité rédactionnelle et droit d'envoyer réellement le message.

L'essentiel, en trente secondes

Pour un cas fictif, prépare :

- destinataire fictif - rôle/organisation générique ;
- fait déclencheur vérifié dans le scénario ;
- proposition réelle que tu veux présenter ;
- limite : aucune autre information ne doit être inventée.

Le module ne prétend pas qu'un nombre donné de messages personnalisés « bat » un envoi plus large. Il n'enseigne aucune stratégie d'acquisition mesurée.

Le geste

``text Destinataire fictif : [RÔLE / ENTREPRISE FICTIVE] Fait déclencheur vérifié : [FAIT] Proposition : [OFFRE EN UNE PHRASE]

Prépare un brouillon court de prise de contact. Commence par le fait déclencheur, puis explique la proposition. N'invente aucune actualité, projet, besoin, chiffre, nom, relation passée ou compliment sur le destinataire. À la fin, liste chaque information qui concerne le destinataire et indique sa provenance dans le scénario. ``

Si la raison fournie est trop générale, le modèle peut le signaler comme « raison peu spécifique », mais ce jugement reste éditorial : ce n'est pas une prédiction du taux de réponse.

Micro-défi

Scénario fictif : « entreprise B recrute actuellement deux techniciens sur un métier pour lequel ton entreprise propose un outil de planification ; cette information est fournie dans le scénario ».

Quelle ouverture reste dans la matière ?

- « J'ai toujours admiré votre approche innovante. »
- « J'ai vu dans le scénario que vous recrutez deux techniciens ; notre outil sert précisément à planifier

ce type d'équipe. »

- « Votre croissance exceptionnelle montre que vous avez besoin de nous. »

Attendu : 2. Les autres attribuent une qualité ou un besoin non fournis.

Personnalisation = provenance, pas décor

Une variable comme prénom/ville n'est pas automatiquement une personnalisation utile. À l'inverse, une raison spécifique n'est pas valide si elle est inventée.

Le contrôle est donc :

« Quelle phrase du message parle du destinataire, et quelle source autorisée soutient cette phrase ? »

Si la source n'existe pas, retire la phrase.

Le cas où ça se passe mal

Cas reconstitué.

À partir de trois colonnes fictives nom / entreprise / ville, le modèle ajoute : « j'ai suivi votre récente expansion ».

Aucune expansion n'était fournie.

Correction : le message revient aux seuls faits du scénario. La qualité d'une phrase ne compense pas l'absence de provenance.

Style

Tu peux choisir :

- ouverture directe ;
- longueur courte ;
- absence de compliment ;
- question finale ou simple proposition de réponse.

Ce sont des préférences éditoriales. Le module ne dit pas qu'une question rhétorique, une flatterie ou un nombre de lignes donné provoque automatiquement le classement en indésirable.

Prospection réelle : hors exercice

Le module ne demande ni vraie liste ni vraie adresse.

Avant un envoi réel, il faut traiter séparément :

- origine et usage possible des coordonnées ;
- type de destinataire ;
- règles applicables au canal et au pays ;
- information/mentions éventuelles ;
- gestion des oppositions ou demandes ;
- cadence et arrêt des relances.

Ces questions ne sont pas résolues par la qualité du brouillon. AT6 reste S3 jusqu'à validation experte de ce bornage.

Ce que ce module ne règle pas

- Constitution ou achat d'une liste.
- Droit de contacter une personne ou une entreprise.
- Nombre optimal de messages ou de relances.
- Délai entre deux contacts.
- Taux de réponse ou délivrabilité.
- Efficacité comparative de la personnalisation.

Quand tu t'arrêtes

- Une information sur le destinataire n'a pas de provenance.
- Le modèle invente un projet, besoin, chiffre ou actualité.
- Tu veux passer du scénario fictif à une vraie liste sans validation du cadre de prospection.
- Tu demandes au modèle de décider qui contacter.

À toi

Crée trois prospects entièrement fictifs avec, pour chacun, un seul fait déclencheur fourni.

- Écris la raison de contact en une phrase.
- Génère trois brouillons.
- Fais la table information sur le destinataire provenance.
- Supprime toute ligne sans provenance.
- Compare les brouillons sans les envoyer.

C'est réussi si aucun brouillon n'attribue au prospect fictif un fait absent du scénario.

Vérifie ton geste

- « entreprise de mon secteur » est la seule raison. Tu peux la considérer peu spécifique, mais le module ne prédit pas l'échec commercial.
- Le texte cite un projet non fourni. Retirer.
- Tu veux tester sur 50 vraies adresses. Hors module ; cadre de prospection à valider avant.
- Le modèle propose une cadence de relance. Ne pas la prendre comme règle ; décision hors module.
- Une adresse réelle apparaît dans l'exercice. Retirer ; utilise des cas fictifs.

Seuil de réussite : 5 sur 5 pour ce module S3 : l'utilisation de données réelles ou l'invention d'un fait destinataire est non compensable dans l'exercice.

Selon ce que tu obtiens

- Brouillons factuels mais peu spécifiques améliore la matière, pas la flatterie.
- Une information inventée apparaît retire-la et renforce le contrôle de provenance.
- Tu n'as pas de raison spécifique ne force pas le message ; le diagnostic est utile.
- Bloqué travaille sur un seul prospect fictif et une seule phrase.

Fiche mémo

- Cas fictif pour apprendre.
- Raison fournie avant rédaction.
- Destinataire chaque fait a une provenance.

- Pas de projet/besoin/compliment inventé.
- Qualité du texte droit d'envoyer.
- Liste, cadence, relance, opposition hors module / validation adaptée.

Ce que tu viens de pratiquer

- Tu as retiré les chiffres « dix contre cent » et les règles arbitraires de relance.
- Tu as transformé la personnalisation en problème de provenance.
- Tu sais que la prospection réelle nécessite un cadre séparé de la rédaction.

Sources et statut : docs/bloc-ateliers-PROVENANCE.md`. AT6 reste S3 et brouillon jusqu'à validation experte et test utilisateur.