

# TP2 – Implémentation d'un CRM avec HubSpot

Auteur : Tlili Aziz (41006201)

Date : 16 février 2026

Cours : Gestion de la Relation Client (CRM)

Formation : MIAGE

---

## 1. Introduction

Ce document présente la mise en œuvre pratique des concepts de Gestion de la Relation Client (CRM) à travers l'outil HubSpot. L'objectif pédagogique de ce travail pratique est de nous familiariser avec la logique fondamentale d'un CRM en réalisant une mise en situation concrète. Nous aborderons la création et la configuration d'un pipeline de vente, la gestion des contacts et des transactions, ainsi que le suivi du cycle de vie d'une opportunité commerciale. Ce processus vise à illustrer comment un CRM centralise les informations et optimise le suivi commercial pour améliorer l'efficacité des équipes de vente.

## 2. Présentation de l'environnement HubSpot

HubSpot est une plateforme CRM complète qui intègre des outils de marketing, de vente, de service client et de gestion de contenu. Pour ce TP, nous nous concentrerons sur le **Sales Hub**, qui fournit un ensemble de fonctionnalités dédiées à la gestion du processus de vente. Dès la création du compte, l'interface nous guide à travers les étapes de configuration initiales, comme l'illustre la première capture. L'environnement est conçu pour être intuitif, offrant une vue d'ensemble sur la progression des objectifs commerciaux et les actions recommandées pour démarrer.

## 3. Étapes détaillées de la mise en situation

Le processus a été décomposé en plusieurs étapes clés, chacune documentée par une capture d'écran pour illustrer la manipulation de l'outil.

### 3.1. Création et configuration du compte

La première étape a consisté à créer un compte sur la plateforme HubSpot. Cette initialisation nous donne accès au tableau de bord principal qui centralise les différents modules. La capture d'écran ci-dessous montre l'interface d'accueil, où l'on peut voir l'état d'avancement de la configuration du compte et les guides d'utilisation, notamment le "Guide des ventes" qui sera notre principal outil.

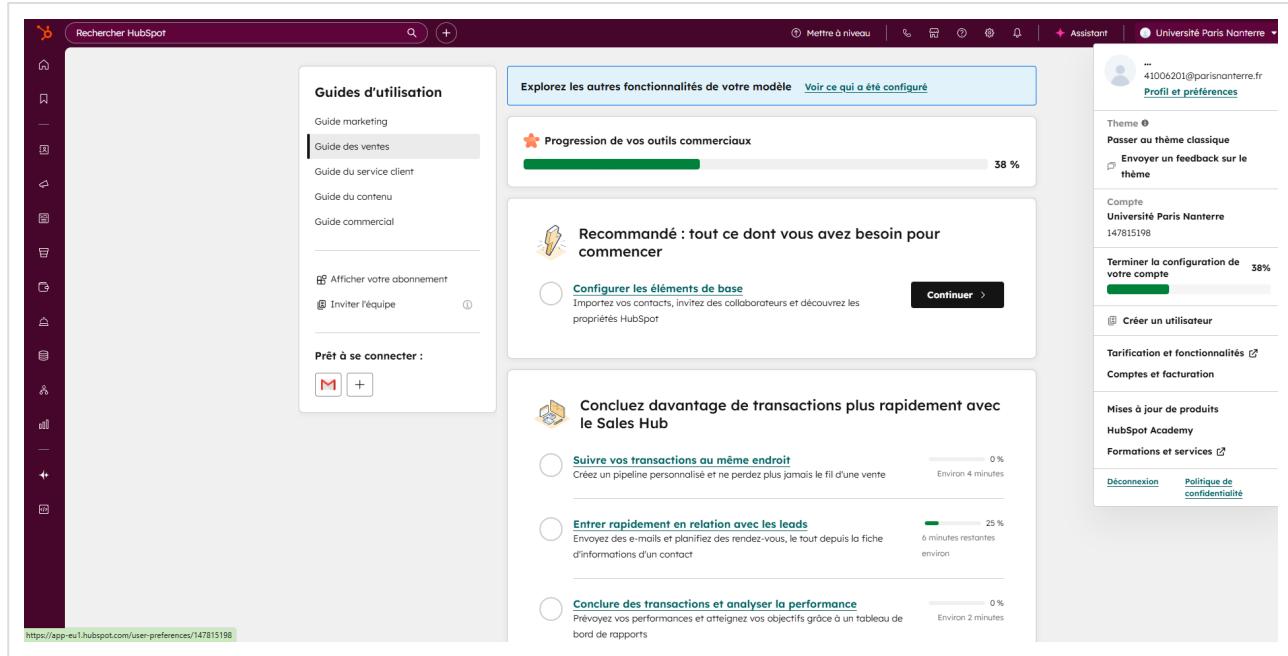


Figure 1 — Création du compte HubSpot

### 3.2. Création du pipeline de vente

Un pipeline de vente (ou "pipeline commercial") est une représentation visuelle des différentes étapes du processus de vente, de la prise de contact initiale à la conclusion de la transaction. Nous avons configuré un pipeline nommé "Ventes Produits Numériques" et y avons créé une première transaction test. Cette vue permet de suivre l'ensemble des opportunités en cours et leur statut.

The screenshot shows the HubSpot CRM interface for managing transactions. At the top, there are navigation tabs for 'Transactions' (selected), 'Tous les transactions' (All transactions), and 'Mes transactions' (My transactions). Below the tabs are various search and filter options, including a search bar, a 'Vue de tableau' (Table view) button, and a 'Filtres avancés' (Advanced filters) button. The main area displays a table of transactions with columns for 'Nom de la transaction' (Transaction name), 'Phase de la transaction' (Transaction phase), 'Date de fermeture (GMT)' (Closure date (GMT)), 'Propriétaire de la transaction' (Owner of the transaction), and 'Montant' (Amount). Two transactions are listed:

Nom de la transaction	Phase de la transaction	Date de fermeture (GMT)	Propriétaire de la transaction	Montant
Vente Solution CRM - Jean	Rendez-vous planifié (Ventes...)	--	Aziz Tili (41006201@pa...)	5000 \$US
HubSpot - Nouvelle transa...	Rendez-vous planifié (Ventes...)	3 janv. 2024 10:37 GMT+1	Aucun propriétaire	1000 \$US

At the bottom of the table, there are navigation buttons for 'Précédent' (Previous) and 'Suivant' (Next), and a '25 par page' (25 per page) dropdown.

Figure 2 — Création du pipeline de vente

### 3.3. Création d'un contact

La gestion des contacts est au cœur du CRM. Nous avons créé une fiche pour un contact fictif, **Jean Dupont**, représentant un prospect pour l'entreprise **TechStart Solutions**. Cette fiche centralise toutes les informations relatives au contact : coordonnées, entreprise, statut du lead, et historique des interactions. L'objectif est de disposer d'une vue à 360 degrés de chaque contact.

The screenshot shows the HubSpot CRM interface for a contact named "Jean Dupont". The main header includes the HubSpot logo, a search bar, and navigation links for "Mettre à niveau", "Assistant", and "Université Paris Nanterre". The left sidebar contains a navigation menu with items like "Home", "Rechercher HubSpot", "Actions", "Contacts", "Informations clés", "Statut du lead", "Phase du cycle de vie", "Rôle d'achat", and "Propriétaire du contact". The main content area displays the contact's profile with sections for "Résumé de la fiche d'information Breeze", "Profil de contact", and "Inscriptions". The "Inscriptions" section includes a "Abonnements aux communications" section with a note about using subscription types for communication. To the right, there are cards for "Entreprises (1)", "Transactions (0)", "Tickets (0)", and "Pièces jointes". Each card has an "Ajouter" button and a brief description.

Figure 3 – Ajout d'un contact

### 3.4. Association du contact à une transaction

Une fois le contact créé, il est essentiel de l'associer à une opportunité commerciale, appelée "transaction" (ou "deal") dans HubSpot. Nous avons créé une transaction nommée "Vente Solution CRM - Jean Dupont" avec un montant de 5 000 \$US et l'avons liée à la fiche de Jean Dupont. Cette association permet de contextualiser la relation commerciale et de suivre les revenus potentiels associés à ce contact.

The screenshot displays the HubSpot CRM interface for managing contacts and transactions. On the left, a sidebar shows contact details for "Jean Dupont" (TechStart Solutions) with various action buttons like Note, E-mail, Appel, etc. The main content area shows a summary of the contact's information, including their profile (e.g., name, email, phone number) and any associated transactions. A prominent message at the top right says "Opération réussie" (Operation successful) with the note "Vos associations ont été mises à jour." (Your associations have been updated). To the right, there are sections for "Entrepôts (1)" (Warehouses), "Transactions (1)" (Transactions), and "Tickets (0)" (Tickets). The "Transactions" section shows a single transaction titled "Vente Solution CRM - Jean Dupont" with a value of \$5000.00. The "Tickets" section indicates no tickets are present.

Figure 4 – Association du contact à une transaction

### 3.5. Progression de la transaction dans le pipeline

Le suivi dynamique des transactions est une fonctionnalité clé du CRM. Nous avons fait progresser la transaction de l'étape initiale "Rendez-vous planifié" à l'étape "Qualifié pour acheter". Ce changement de statut, visible dans la fiche de la transaction, indique que le prospect a manifesté un intérêt concret et répond aux critères de qualification, marquant une avancée significative dans le cycle de vente.

The screenshot displays a CRM application interface. On the left, a sidebar titled 'Transactions' shows a summary for a transaction named 'Vente Solution CRM - Jean Dupont'. Key details include a value of '5000 \$US', a closure date of '--', and a pipeline stage of 'Ventes Produits Numériques'. Below this, a section titled 'À propos de l'objet Trans...' lists the owner as 'Aziz Tili', the last contact date as '--', and the transaction type as '--'. It also notes the priority level is '--' and the source is 'IU CRM'. On the right, a main panel titled 'Vue d'ensemble' provides an overview of the transaction's progress. It includes sections for 'Points forts' (Creation Date: 16/02/2026, Phase: Qualifié pour acheter, Last Activity Date: --), 'Activités récentes' (Recent activities from February 2026, showing a creation event on 16/02/2026 at 10:32 GMT+1), and a 'Contacts' section listing 'Jean Dupont' with email 'jean.dupont@example.com...' and phone number '+33 6 12 34 56 78'.

Figure 5 – Progression de la transaction dans le pipeline

### 3.6. Analyse de la fiche client complétée

La dernière étape consiste à enrichir la fiche du contact avec des informations supplémentaires pour affiner la connaissance client. Nous avons ajouté des détails comme le secteur d'activité ("Technologie"), le nombre d'employés de son entreprise, et mis à jour sa phase de cycle de vie à "Opportunité". La capture d'écran finale montre la vue "Toutes les propriétés" du contact, illustrant la richesse des données qu'un CRM peut centraliser pour permettre une gestion personnalisée et efficace de la relation client.

The screenshot displays the HubSpot CRM interface for managing contacts. On the left, there's a sidebar with various icons for navigation. The main area shows a contact card for 'Jean Dupont' from 'TechStart Solutions chez example.com'. The card includes basic information like email (jean.dupont@example.com) and phone number (+33 6 12 34 56 78). Below the card is a section titled 'Informations clés' (Key Information) which lists details such as 'Nom de l'entreprise' (TechStart Solutions), 'Numéro de téléphone' (+33 6 12 34 56 78), and 'Statut du lead' (Nouveau). A note indicates that no activities are associated with this contact. To the right, a detailed view of 'Toutes les propriétés' (All Properties) is shown, listing numerous fields including 'Nom de l'entreprise', 'Adresse postale', 'Ville', 'Code postal', 'E-mail', 'Etat/Région', 'Numéro de téléphone portable', 'Numéro de téléphone WhatsApp', 'Pays/Région', 'Personne', 'Phase du cycle de vie', 'Opportunité', 'Prénom', 'Rôle professionnel', 'Sécurité', 'Secteur d'activité', 'Technologie', 'Signaux d'intention actifs', and 'Source de la fiche d'informations'. A note at the bottom of the properties view states: 'Il n'y a aucune activité associée et des détails supplémentaires sont nécessaires pour fournir un résumé complet' (There is no associated activity and additional details are required to provide a complete summary).

Figure 6 – Fiche client complétée avec toutes les propriétés

## 4. Conclusion pédagogique

Ce travail pratique sur HubSpot a permis de mettre en lumière l'importance structurelle d'un outil CRM dans la gestion du cycle de vente. La manipulation de la plateforme a démontré de manière concrète comment la centralisation des données (contacts, entreprises, transactions) et la visualisation du pipeline commercial permettent d'optimiser le suivi des opportunités et de professionnaliser la démarche commerciale. L'association logique entre un contact et une transaction est fondamentale : elle transforme une simple base de données en un outil dynamique d'aide à la décision. Ce TP a ainsi confirmé que l'adoption d'un CRM est un levier stratégique pour toute entreprise souhaitant structurer sa croissance et améliorer sa performance commerciale.