

## 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 concentrons 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 pour l'entreprise **TechStart Solutions** (ID: 147817566). 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 du 16 février 2026, où l'on peut voir l'état d'avancement de la configuration du compte (23%) et les guides d'utilisation, notamment les sections Meetings et Tasks.

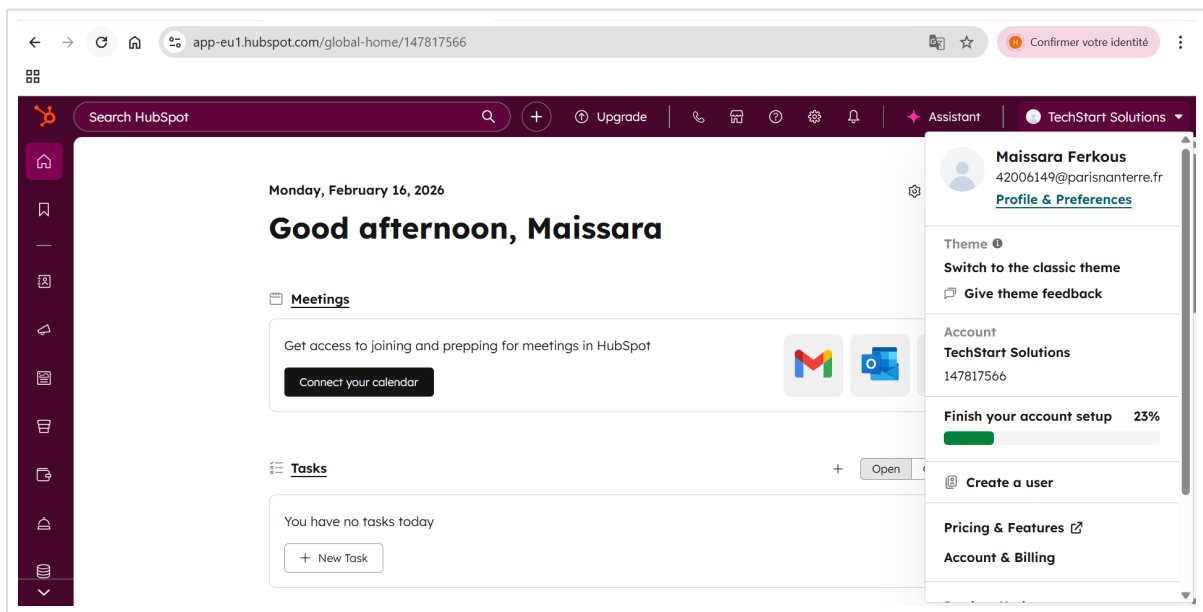


Figure 1 – Création du compte HubSpot

### 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 **"Pipeline de ventes"** avec plusieurs étapes : Réunion d'introduction, Rendez-vous programmé, Qualifié pour acheter, Devis envoyé, Fermée gagnée, et Fermée perdue. Une première transaction test nommée **"M8 - Nouvel élément - Deal"** a été créée et positionnée à l'étape "Rendez-vous programmé". Cette vue permet de suivre l'ensemble des opportunités en cours et leur statut.

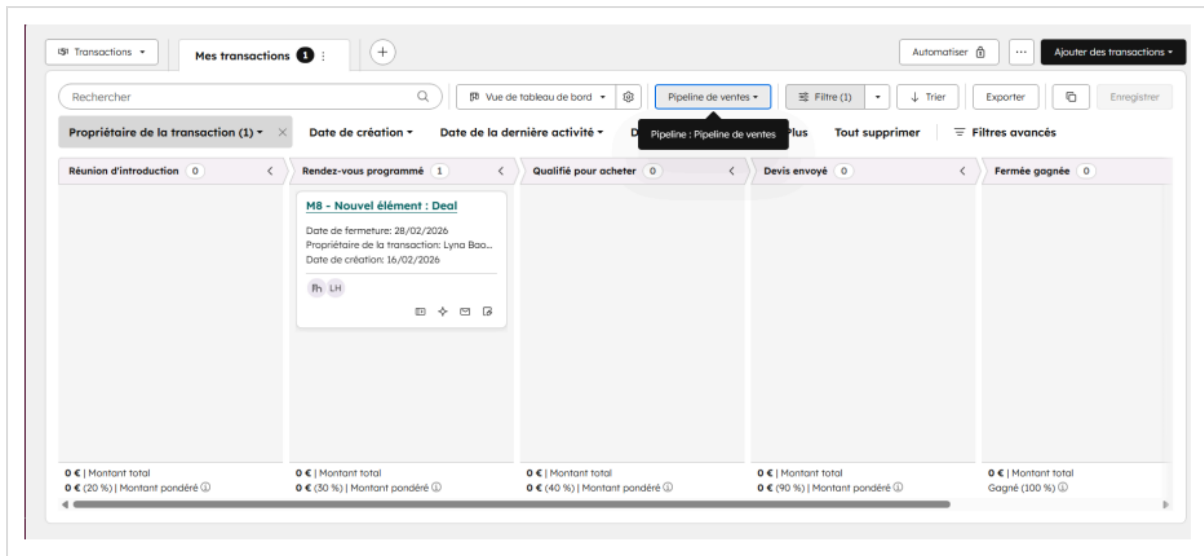


Figure 2 – Création du pipeline de vente

### 3.3. Création d'un contact

La gestion des contacts est au cœur du CRM. Nous avons créé une fiche pour un contact fictif, **HIXHEM FERKOUS**, occupant le poste d'IT Manager avec l'adresse email [hichem.crm@gmail.com](mailto:hichem.crm@gmail.com). 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. Le système HubSpot a généré automatiquement un résumé Breeze indiquant qu'aucune activité n'est encore associée à ce contact.

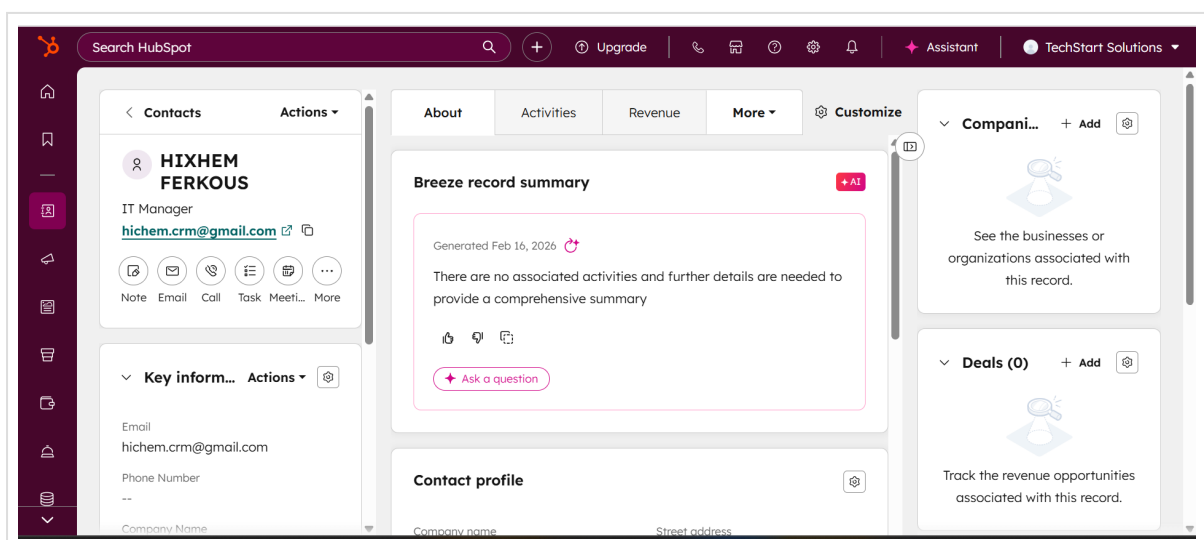


Figure 3 – Ajout d'un contact

### 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 **"Implémentation CRM - TechStart"** avec un montant de 5 000 \$US et une date de fermeture prévue au 28/02/2026. Cette transaction a été positionnée au stade "Appointment Scheduled" dans le pipeline "Deals pipeline". Cette association permet de contextualiser la relation commerciale et de suivre les revenus potentiels associés à ce contact.

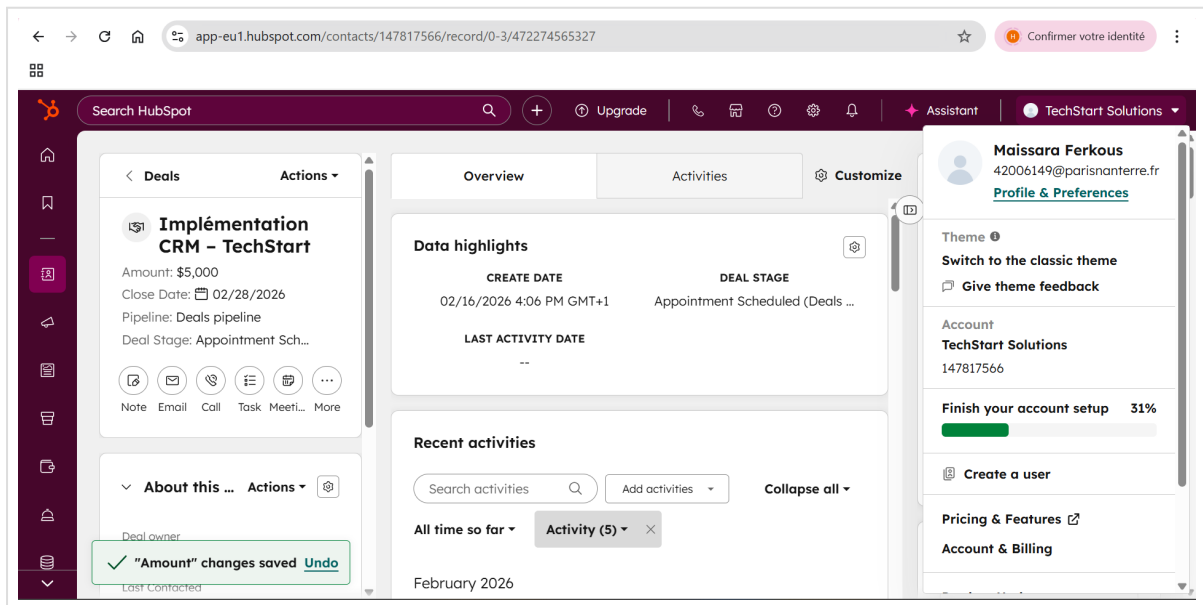


Figure 4 – Association du contact à une transaction

### 3.5. Création et assignation d'une tâche

Pour assurer un suivi proactif, nous avons créé une tâche associée au contact HIXHEM FERKOUS : **"RDV prospect - Présentation solution CRM HubSpot"**. Cette tâche de type "To-do" a été assignée à l'utilisateur Maissara Ferkous avec une date d'échéance au 17 février 2026 à 8h30 AM GMT+1 et une priorité moyenne. La description de la tâche précise : "Présentation des fonctionnalités CRM : pipeline, gestion des contacts et suivi des deals." La création de tâches

permet de planifier les actions commerciales et de s'assurer qu'aucune opportunité n'est négligée.

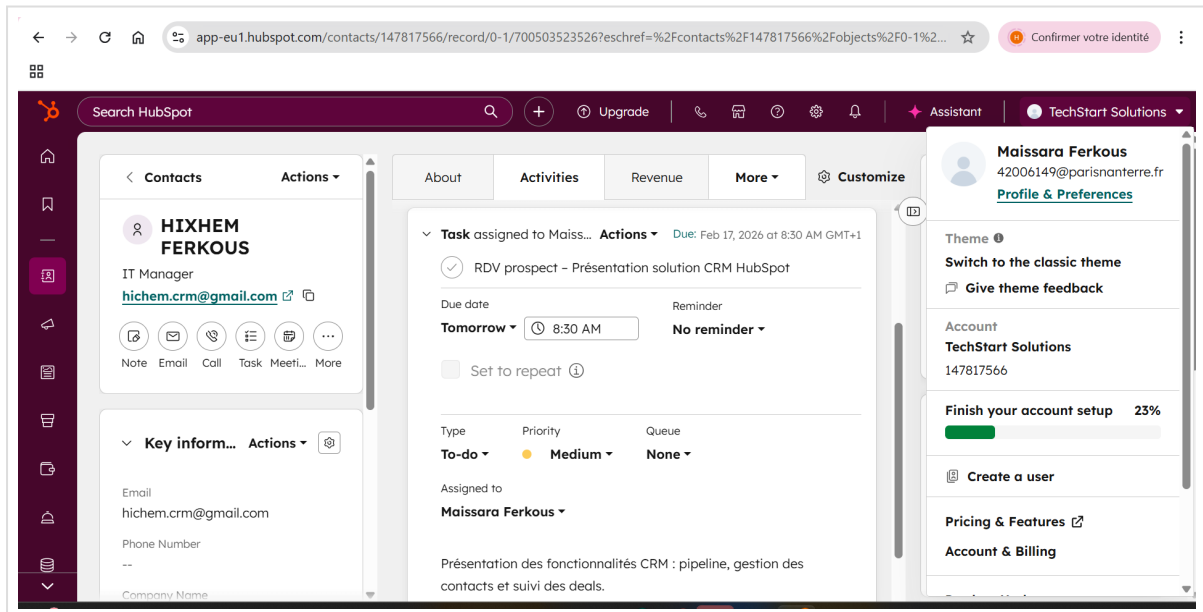


Figure 5 – Création et assignation d'une tâche

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

Le suivi dynamique des transactions est une fonctionnalité clé du CRM. La vue "Mes transactions" permet de visualiser l'ensemble des deals en cours, répartis selon les différentes étapes du pipeline. On observe que la transaction créée se trouve actuellement à l'étape "Rendez-vous programmé" avec une date de fermeture prévue au 28/02/2026. Cette interface offre une vision globale de l'avancement des opportunités commerciales et permet d'identifier rapidement les actions prioritaires.

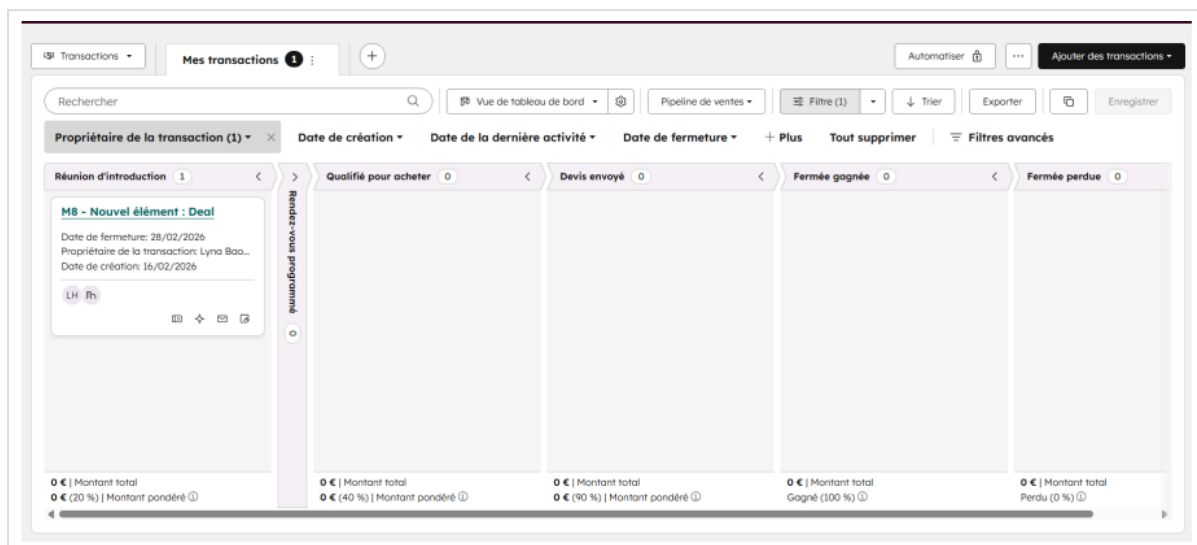


Figure 6 – Progression de la transaction dans le pipeline

## 4. Conclusion

Ce travail pratique nous a permis de mettre en application les fonctionnalités de base de HubSpot Sales Hub. À travers la création d'un compte pour TechStart Solutions, la configuration d'un pipeline de vente structuré, l'ajout d'un contact (HIXHEM FERKOUS), la création d'une transaction de 5 000 \$US, et la planification d'une tâche de suivi, nous avons simulé les premières étapes du cycle de vente. Cette expérience concrète démontre l'utilité d'un outil CRM pour structurer, suivre et optimiser les processus commerciaux d'une entreprise. La centralisation des informations et l'automatisation des workflows permettent aux équipes commerciales de gagner en efficacité et de ne manquer aucune opportunité.