

Voici un **scénario simple et concret** illustrant le fonctionnement d'un CRM dans une entreprise commerciale (par exemple une entreprise qui vend des services ou des produits) :

Scénario : fonctionnement d'un CRM dans une entreprise

1. Acquisition du client (capture du prospect)

Un client potentiel remplit un formulaire sur le site web ou contacte l'entreprise par téléphone.

Le CRM enregistre automatiquement :

- Nom et coordonnées
- Source du contact (site web, appel, réseau social)
- Besoin exprimé

Le prospect est classé dans la base de données.

2. Qualification du prospect

Le responsable commercial consulte le CRM et évalue le prospect :

- Intérêt élevé / moyen / faible
- Budget estimé
- Urgence du besoin

Le CRM attribue une priorité et planifie une tâche de suivi (appel ou rendez-vous).

3. Suivi commercial

Le commercial contacte le prospect :

- Notes de l'appel enregistrées dans le CRM
- Historique des échanges sauvegardé
- Envoi automatique d'une proposition commerciale

Le CRM envoie des rappels pour les relances.

4. Conversion en client

Le prospect accepte l'offre :

- Le statut passe de "prospect" à "client"
 - Création automatique d'une commande ou facture
 - Mise à jour du pipeline de ventes
-

5. Service après-vente (fidélisation)

Après la vente :

- Le CRM programme un suivi client
- Envoi automatique d'un email de satisfaction
- Gestion des réclamations ou demandes de support

Toutes les interactions sont centralisées.

6. Analyse et reporting

Le manager utilise le CRM pour :

- Analyser les ventes
- Suivre la performance des commerciaux
- Identifier les meilleurs canaux d'acquisition