

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