Cibler et qualifier les prospects de Linéa Bureautique

Linéa Bureautique, PME de 18 salariés installée à Martigues, vend et loue des copieurs et des solutions d'impression aux entreprises et aux établissements de santé de l'ouest des Bouches-du-Rhône. Hugo Marchal, alternant en BTS NDRC, prépare la campagne de prospection de l'automne 2026 : critères de ciblage, interlocuteurs à viser, qualification des prospects et fichier conforme au RGPD.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

Hugo veut segmenter les entreprises de sa zone. Quels critères sont à la fois pertinents, mesurables et opérationnels ? (plusieurs réponses)

☐ L'avis des salariés sur leurs copieurs
☐ Le secteur d'activité (code NAF)
☐ L'effectif de l'entreprise
☐ L'image de modernité de l'entreprise

Justification :

À la clinique du Golfe, le directeur signe les contrats, la responsable des services généraux compare les devis, le responsable informatique vérifie que les copieurs se raccordent au réseau et au logiciel des dossiers patients, l'assistante de direction trie les appels et les secrétaires médicales utiliseront les appareils. Quel rôle le responsable informatique joue-t-il dans le centre d'achat ?

☐ Filtre
☐ Décideur
☐ Prescripteur

Justification :

Lequel de ces trois prospects Hugo doit-il classer « chaud » ?

☐ Un garage dont le gérant, qui décide seul, vient de signer avec un concurrent un contrat de location de cinq ans à 6 000 € par an pour remplacer l'ensemble de ses copieurs
☐ Un cabinet d'avocats dont l'associée gérante, qui signe seule, a prévu 5 000 € pour remplacer ses copieurs à la fin de son contrat de location, en février 2027
☐ Une agence immobilière dont l'assistante, qui gère les fournitures, trouve les copieurs trop lents et demande une documentation à transmettre à la gérante, qui décidera plus tard

Justification :

Hugo veut envoyer un e-mail de présentation à contact@transports-berre.fr et à julie.roche@transports-berre.fr, adresse de la responsable des achats. Quelle affirmation est exacte ?

☐ L'adresse contact@ désigne l'entreprise et échappe aux règles de la prospection par e-mail ; pour l'adresse nominative, le message doit concerner la fonction de Julie Roche, l'informer et lui permettre de s'opposer à chaque envoi
☐ Les deux adresses sont soumises au consentement préalable : Hugo doit d'abord obtenir l'accord écrit de l'entreprise pour l'adresse contact@ et celui de Julie Roche pour son adresse nominative, avant le premier envoi
☐ Les deux adresses sont professionnelles et échappent aux règles de la prospection par e-mail : en B to B, Hugo peut écrire librement à l'entreprise comme à Julie Roche, sans mention particulière dans ses messages

Justification :

Linéa achète à un éditeur de fichiers les coordonnées nominatives de 800 gérants d'entreprises de la zone. Que doit-elle faire ?

☐ Vérifier que le fichier a été constitué légalement, puis obtenir l'accord écrit de chaque gérant avant le premier appel, puisque ses coordonnées nominatives sont des données personnelles
☐ Appeler les gérants dès réception du fichier : le vendeur, responsable des données collectées, a déjà informé chaque personne et recueilli son accord
☐ Vérifier que le fichier a été constitué légalement, puis informer chaque personne dès le premier contact, et au plus tard dans le mois, en citant la source des données

Justification :

La gérante d'une agence de communication de Fos-sur-Mer, rencontrée sur un salon le 12 mars 2026, n'a donné aucune nouvelle depuis, malgré deux relances d'Hugo. Jusqu'à quand Linéa peut-elle conserver ses données de prospect ?

☐ Jusqu'au 12 mars 2029, trois ans après le dernier contact venant d'elle ; à l'échéance, Linéa lui demande si elle souhaite rester informée, sinon les données sont supprimées ou archivées
☐ Sans limite de durée tant qu'elle ne s'y oppose pas : comme elle n'a pas demandé la suppression de ses données, Linéa peut continuer de lui écrire et de la relancer chaque année
☐ Trois ans après la seconde relance d'Hugo, qui remplace la rencontre du 12 mars comme point de départ ; à l'échéance, Linéa lui demande si elle souhaite rester informée, sinon les données sont supprimées ou archivées

Justification :

Un collègue propose un outil qui aspire automatiquement les coordonnées des membres LinkedIn « gérant » de la région, y compris celles qu'ils ont choisi de masquer. Que lui répondre ?

☐ C'est permis en B to B, à condition d'envoyer au plus un e-mail par semaine et de proposer un lien de désinscription
☐ C'est interdit : la CNIL a sanctionné cette pratique (240 000 € d'amende infligés à la société KASPR en décembre 2024)
☐ C'est permis : les coordonnées affichées sur LinkedIn sont publiques et l'intérêt légitime couvre le B to B

Justification :

Pour rédiger le persona du responsable des services généraux d'une PME, Hugo doit s'appuyer sur :

☐ Des faits : entretiens avec des clients, notes du CRM, échanges sur les salons
☐ Des représentations : l'image courante du métier et ses portraits types
☐ Des chiffres : statistiques de l'INSEE sur les PME, effectifs par secteur, données de Sirene

Justification :