

Nettoyez votre CRM pour mieux vendre



Astuce pro :

Ne le faites pas à la main ! Si vous avez plus de 500 contacts, utilisez un outil de vérification (comme Dropcontact ou ZeroBounce). Ils détectent les adresses invalides et les doublons automatiquement pour quelques euros. C'est le seul moyen de garantir une base saine à 100%

L'audit de la base

- J'ai identifié les "Hard Bounces".** J'ai isolé les adresses e-mails qui renvoient une erreur définitive (n'existent plus).
- J'ai repéré les inactifs de longue date.** J'ai filtré les contacts qui n'ont ouvert aucun email ni répondu au téléphone depuis 12 mois.
- J'ai ciblé les adresses génériques.** J'ai listé les e-mails type contact@, info@ ou accueil@ qui ne sont lus par personne.

Le grand nettoyage

- J'ai lancé la campagne de la "Dernière Chance".** J'ai envoyé un email simple aux inactifs : "Voulez-vous rester inscrit ?".
- J'ai archivé ou supprimé.** Pour ceux qui n'ont pas répondu, je les ai retirés de ma base active (ou stockés dans un fichier Excel à part "au cas où").
- J'ai appliqué la règle des 3 ans (RGPD).** J'ai supprimé définitivement les données des prospects inactifs depuis 3 ans, conformément aux recommandations de la CNIL.

L'hygiène quotidienne

- J'ai sécurisé l'entrée.** Je n'importe plus jamais de fichiers Excel (scraping, salons) sans les avoir nettoyés au préalable.
- Ma segmentation est propre.** Les champs critiques (Secteur, Fonction) sont remplis. Note : Une base plus petite mais mieux qualifiée vend toujours plus.
- Mes commerciaux ont le sourire.** Ils ne perdent plus de temps à appeler des numéros non attribués.

Notes :



Votre site attire les clients, mais qu'en est-il de sa performance ?

Testez la performance et la sécurité de votre site avec les diagnostics AVNU.fr

avnu.fr