

A man with short brown hair and a light beard, wearing a dark suit jacket over a light blue shirt, is looking down at a laptop screen. His hands are clasped together in front of him, resting on the desk. The background is dark and out of focus.

HANDBOOK

SYSTÈME D'ACQUISITION INBOUND B2B

Reprenez le contrôle de votre
acquisition B2B.

Sans recruter. Sans empiler les outils.
Sans improviser.

Ceci n'est pas un guide à lire.
C'est un **SYSTÈME** à appliquer.

J'ACCÈDE AU CHAPITRE OFFERT

CRÉEZ VOTRE SYSTÈME D'ACQUISITION INBOUND B2B À L'ÈRE DE L'IA

Votre réseau **s'épuise**.

La prospection push **ne fonctionne plus**.

Il est temps de construire un **SYSTÈME D'ACQUISITION
DURABLE** qui attire vos **clients idéaux 24/7**.

Par Jihane Roudias

Diplômée HEC Paris

Founder • Studio Butterfly Casablanca

Édité par Studio Butterfly Casablanca • 2026

Tous droits réservés

SOMMAIRE

INTRODUCTION & MODE D'EMPLOI	4
Ce Handbook est-il pour vous ?	
Comment l'utiliser pour transformer durablement votre acquisition ?	
PARTIE I : DIAGNOSTIQUER & POSER LES FONDATIONS	21
CHAPITRE 1 : Évaluer votre maturité Inbound	
CHAPITRE 2 : Définir précisément votre Ideal Customer Profile (ICP)	
CHAPITRE 3 : Cartographier votre parcours client réel	
PARTIE II : DÉPLOYER VOTRE STRATÉGIE D'ACQUISITION	61
CHAPITRE 4 : Structurer votre architecture de contenu stratégique	
CHAPITRE 5 : Produire efficacement avec l'IA (15 prompts essentiels)	
CHAPITRE 6 : Distribuer votre contenu sur plusieurs canaux	
PARTIE III : OPTIMISER LA CONVERSION & LE NURTURING	124
CHAPITRE 7 : Construire votre funnel de conversion complet	
CHAPITRE 8 : Mettre en place votre email nurturing automatisé	
CHAPITRE 9 : Qualifier et scorer vos leads avec méthode	
PARTIE IV : FIDÉLISER & ACCÉLÉRER LA CROISSANCE	166
CHAPITRE 10 : Onboarder efficacement vos clients	
CHAPITRE 11 : Activer un programme de référencement	
CHAPITRE 12 : Mesurer, ajuster et optimiser continuellement	
PARTIE V : Annexes & Ressources	200

INTRODUCTION & MODE D'EMPLOI

Croissance irrégulière



Flux constant de prospects qualifiés

INTRODUCTION & MODE D'EMPLOI

Bienvenue.

Si vous lisez ces lignes, ce n'est probablement pas par hasard.

Vous dirigez une entreprise B2B. Votre offre a de la valeur.

Mais votre acquisition ne vous donne plus la visibilité ni la maîtrise que vous attendez.

Est ce que ce Handbook est pour vous ?

Vous êtes au bon endroit... **si l'une de ces situations vous parle :**

❑ **Votre réseau s'essouffle.**

Vous avez déjà sollicité tous vos contacts.

Les opportunités se raréfient et le ROI diminue.

❑ **La prospection commerciale vous coûte trop cher.**

En temps, en énergie, en ressources.

60 à 70 % de vos efforts ne se transforment pas en chiffre d'affaires.

❑ **Vous dépendez du bouche-à-oreille et des recommandations.**

C'est confortable... mais imprévisible.

Vous ne contrôlez ni le volume, ni le timing.

❑ **Votre modèle commercial ne scale pas.**

Votre équipe – si vous en avez une – atteint ses limites.

Recruter coûte cher, sans garantie de résultats.

❑ **Vous sentez que l'Inbound et l'IA sont des leviers puissants...**

Mais vous ne savez pas comment les intégrer concrètement à une réalité de TPME.

👉 **Si vous vous reconnaissez dans au moins deux de ces situations, ce Handbook est conçu pour vous.**

Ce que ce Handbook N'EST PAS

❌ Une promesse miracle : "100 clients en 30 jours"

❌ Une liste de hacks qui ne marcheront plus dans 6 mois

❌ De la théorie déjà disponible gratuitement sur Google

❌ Un copier-coller de stratégies inadaptées à la structure de votre marché

Ce que vous allez construire

✅ **Un système d'acquisition prévisible, mesurable et durable**

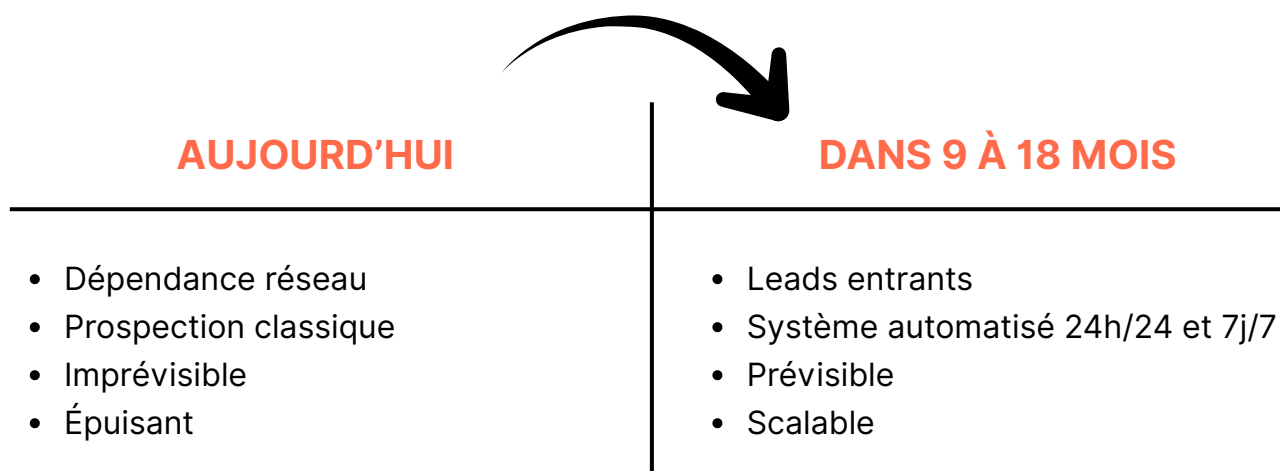
✅ **Une stratégie où VOS clients idéaux vous trouvent** (Vs vous qui les prospectez)

✅ **Des processus automatisés qui fonctionnent 24/7** pendant que vous dormez

✅ **Une base solide pour développer votre croissance durablement**

Résultat attendu : Dans 9 à 18 mois, vous générez des leads qualifiés régulièrement. Sans dépendre uniquement de votre réseau. Sans épuiser vos ressources commerciales ni financières.
Pourquoi 9 à 18 mois ? Car le cycle d'achat en B2B est long

Votre parcours en 4 étapes. De là où vous êtes aujourd'hui... À là où vous voulez aller



VOS 4 ÉTAPES :

Partie 1 : Diagnostiquer – 1 semaine

- Où en êtes-vous ? Qui ciblez-vous vraiment ?

Partie 2 : Attirez - 2 à 6 mois

- Créez du contenu qui attire les clients idéaux pour votre offre

Partie 3 : Convertissez - 2 à 9 mois. voire 12+ mois pour contrats stratégiques

- Transformez vos visiteurs en leads puis en clients

Partie 4 : Fidélisez - en continu

- Gardez vos clients et développez leur valeur

TIMELINE RÉALISTE :

- **Mois 1** : Vous posez les fondations (audit, ICP, stratégie)
- **Mois 2-3** : Vous créez du contenu personnalisé et commencez à attirer du trafic qualifié pour votre offre
- **Mois 4-9** : Premiers leads entrants, vous affinez votre funnel
- **Mois 9-18** : Flux régulier et prévisible, vous optimisez

Important : Ces délais supposent 3-9h de travail par semaine. Ajustez selon votre disponibilité et votre niveau de productivité.

Pourquoi le réseau s'essouffle et la prospection push ne fonctionne plus : Le manifeste Inbound 360°



LA RÉALITÉ 2026

Votre prospect B2B est saturé : chaque jour, il reçoit des **dizaines d'e-mails** commerciaux non sollicités, des **appels** téléphoniques et de **multiples messages LinkedIn**.

Résultat : les **e-mails à froid** génèrent en moyenne **moins de 5 % de réponses**[1], les **taux de décroché** au téléphone chutent, et la **concurrence** pour capter son **attention** explose.

Pendant ce temps, vos **concurrents** utilisent les **mêmes méthodes...** et **s'épuisent** autant que vous.

LE NOUVEAU PARADIGME : INBOUND 360°

Principe simple :

Au lieu de COURIR APRÈS vos clients (Push)...
...**CRÉEZ les CONDITIONS** pour qu'ils **VIENNENT à vous (Pull)**.

Comment ?

1. **ATTIRER** : Vous créez du **contenu** qui répond aux **pain points** et questions de votre ICP ou client idéal
2. **CONVERTIR** : Vous transformez vos visiteurs qualifiés en **leads chauds** à travers du contenu personnalisé et en clients via des offres sur mesure.
3. **FIDÉLISER** : Vous **maximisez la valeur** de chaque client sur la durée

Résultat : Un système qui tourne 24/7, même quand vous dormez.

[1] source : GMass, 2025

⚠ **AVANT D'ALLER PLUS LOIN (5 MIN)** **Votre marché justifie-t-il l'Inbound ?**

Validez la viabilité économique avant d'investir dans l'Inbound

1) À QUEL PROFIL DE TPME B2B APPARTENEZ-VOUS ?



PROFIL A : L'EX-CADRE DEVENU CONSULTANT.E.

Vous êtes :

- Ex-DRH, DSI, Directeur Commercial, CMO, DAF
- 15-25 ans d'expérience sectorielle
- Réseau LinkedIn 500-2000 contacts
- Peu ou pas de clients hors réseau direct

✓ **Forces : Expertise pointue, réseau initial, crédibilité sectorielle**

⚠ **Piège classique : Confondre "mon réseau m'aime bien" avec "il existe un marché"**

🔍 **Question clé : "Si je retire mes 20 premiers contacts, combien d'entreprises ont réellement ce problème ET un budget pour le résoudre ?"**

Exemple :

Sophie, ex-Directrice Commerciale dans une coopérative laitière, lance un conseil en performance commerciale pour fromageries artisanales.

- Marché total : ~6 150 acteurs (France, Suisse, Belgique)
- Marché réellement accessible : 1 500-2 000 structures de taille suffisante
- 60-70 % = TPE <5 salariés sans budget conseil

👉 **Approche recommandée :**

Inbound léger (LinkedIn + contenus experts) + **prospection directe ciblée** + **salons** (SIAL, Cheese).



PROFIL B : TPME INDUSTRIELLE/SERVICES ÉTABLIE

Vous êtes :

- PME de 5 à 50 personnes
- 3 à 20 ans d'existence
- Clients B2B récurrents
- Acquisition actuelle : bouche-à-oreille, salons, réseau

✓ **Forces : Preuves clients, processus rodés, récurrence possible, Marché souvent plus profond** (centaines/milliers de cibles)

🔍 **Question clé : "Combien d'entreprises correspondent à notre ICP dans notre zone géo/sectorielle ?"**

Exemple :

PME de maintenance industrielle à Casablanca :

- 8 000-10 000 unités industrielles au Maroc (data marché - textile, agroalimentaire, électronique, automobile, zones franches)
- 2 500-3 000 nécessitant maintenance externe régulière.
- 15 % renouvellent annuellement → 375-450 opportunités/an

👉 **Conclusion :**

Marché suffisant → Inbound pleinement justifié



PROFIL C : SAAS / START-UP B2B ÉTABLIE

Vous êtes :

- SaaS B2B en abonnement
- Start Up B2B 12+ mois d'activité
- 3 à 20 clients existants
- Marché large mais concurrentiel

✓ **Forces : Scalabilité, Récurrence, Légitimité digitale**

⚠ **Risque majeur : Dispersion sur trop de cibles → message flou**

🔍 **Question clé : "Sur quelle niche avons-nous une légitimité PROUVÉE ?"**

Exemple :

SaaS RH avec 8 clients multisectoriels

→ Recentrage sur PME industrielles 50–200 salariés

👉 **Approche recommandée :**

→ Inbound hyper ciblé → meilleure conversion



PROFIL D : JEUNE ENTREPRENEUR / START-UP PRÉ-LANCEMENT

Vous êtes :

- <12 mois d'activité
- 0–2 clients
- Budget limité (<10 k€)
- Volonté de valider le marché avant lancement

✓ **Forces : Phase idéale pour tester, agilité, capacité d'écoute du marché**

⚠ **Risque : Investir dans l'Inbound trop tôt**

🔍 **Question clé : "Ai-je au moins 10 conversations avec des prospects prêts à payer ?"**

Exemple :

Léa, 29 ans, ex-chargée RSE dans un grand groupe, veut se lancer dans le conseil RSE pour PME industrielles.

0 client, budget 6k€.

D'abord : 25 entretiens avec des dirigeants de PME industrielles (comprendre les freins à la RSE)

👉 **Approche recommandée :**

Si >20% expriment un besoin urgent → offre packagée + Inbound

Sinon : Recentrage sur un pain point précis (bilan carbone, conformité CSRD...)

**L'Inbound Marketing n'est pas un outil de démarrage.
C'est un accélérateur de marchés déjà existants.**

2) TESTEZ LA VIABILITÉ DE VOTRE MARCHÉ EN 4 QUESTIONS

À faire AVANT de lire le reste du Handbook

QUESTION	SEUIL MINIMUM	VOTRE RÉPONSE
1. Taille du marché : Combien d'entreprises correspondent à votre Ideal Customer Profile (ICP) dans votre zone géographique ?	Selon votre ticket moyen : • <5k€ : >2000 cibles • 5-20k€ : >500 cibles • >20k€ : >150 cibles	-----
2. Accessibilité : Quel % pouvez-vous identifier/contacter sans réseau personnel ?	>60%	-----%
3. Récurrence : Besoin ponctuel ou récurrent ?	Idéal : récurrent/ abonnement	-----
4. Potentiel de CA annuel : Panier moyen × Nombre d'opportunités qualifiées par an × taux de closing	>60k€ CA annuel	----- €

Interprétation :

4/4 validés

→ Marché solide. **L'Inbound Marketing constitue un investissement pertinent et scalable.**

2-3/4 validés

→ Marché intermédiaire. **Combinez Inbound Marketing et prospection directe (Outbound) pour sécuriser les résultats.**

0-1/4 validé

→ Marché insuffisant à ce stade. **Privilégiez le réseau, les partenariats et une prospection ultra-ciblée avant d'investir en Inbound.**

3) CAS PARTICULIER : LE "SYNDROME DU RÉSEAU QUI MASQUE L'ABSENCE DE MARCHÉ"

Les signaux d'alerte 🚨

- Vos **5 premiers clients viennent tous de votre réseau direct**
- Personne ne vous trouve "par hasard" ou via recommandations hors réseau
- Vos clients disent "j'ai fait appel à toi parce que je te connais" (pas "parce que tu es le meilleur sur X")
- Vous n'arrivez pas à **lister 100 entreprises cibles** sans connaître quelqu'un dedans

🔧 Action correctrice (1 semaine)

Avant d'investir dans l'Inbound Marketing (temps et argent):

1. **Listez 50 entreprises ICP que vous ne connaissez pas**
2. **Approchez-les directement** (LinkedIn, email, appel)
3. **Mesurez le taux de réponse et d'intérêt**

📊 Interprétation

- **Si <5 % d'intérêt** → Votre proposition n'est pas assez claire ou le marché n'existe pas vraiment
- **Si >15 % d'intérêt** → Marché validé ; l'Inbound amplifiera ce signal

4) MATRICE DE DÉCISION : L'INBOUND EST-IL PERTINENT POUR VOUS ?

TYPE DE MARCHÉ	Recherche active sur Google / LinkedIn	Achat via réseau / Bouche à oreille
MARCHÉ PROFOND (selon votre ticket)	✅ Inbound Prioritaire	⚠️ Inbound + Partenariats
MARCHÉ RESTREINT (selon votre ticket)	⚠️ Inbound léger + Prospection	❌ Prospection directe (Outbound)

Légende marché profond vs restreint (selon votre ticket moyen) :

Ticket moyen	Profond	Restreint
<5 k€	>2 000 cibles	<2 000 cibles
5–20 k€	>500 cibles	< 500 cibles
>20 k€	>150 cibles	< 150 cibles

💡 **NOTE** : Ces seuils sont des **ordres de grandeur** basés sur les taux de conversion Inbound B2B généralement observés (0,5–3 % selon ticket moyen et maturité marché). Ils servent à **positionner rapidement votre marché** et déterminer le type d'Inbound pertinent pour votre entreprise.

5) QUE FAIRE MAINTENANT ? INTERPRÉTATION SELON VOTRE ZONE

✓ Zone VERTE

Votre marché justifie l'Inbound.

- Continuez la lecture pour voir la **timeline réaliste** et découvrir ce qui vous attend.

⚠ Zone ORANGE

Votre marché justifie une approche HYBRIDE (Inbound + prospection directe)

- Utilisez l'Inbound pour **construire visibilité et crédibilité**
- Menez une **prospection ciblée** sur vos meilleurs prospects
- Ce Handbook vous guidera pour **équilibrer les deux approches**

✗ Zone ROUGE

- **L'Inbound n'est PAS votre priorité immédiate.**
- Votre marché est trop restreint pour rentabiliser l'Inbound maintenant
- Commencez par :
 1. **Prospection directe ultra-personnalisée sur vos top 50-100 comptes**
 - 1 message unique par prospect (mentionner un élément spécifique à leur entreprise)
 - Proposez de la valeur avant de vendre (audit gratuit, benchmark, analyse)
 2. **Développer vos partenariats prescripteurs**
 - Qui vend déjà à votre ICP sans être concurrent ?
 - Proposez un système de commissions / co-marketing
 - Objectif : 30 % de vos deals via partenaires d'ici 12 mois
 3. **Construire un LinkedIn de crédibilité**
 - 1 post/mois (thought leadership, pas de vente)
 - Objectif : être visible quand vos top 50 vous cherchent
- **Revenir à l'Inbound dans 12-18 mois si vous :**
- Élargissez votre offre (nouveaux services accessibles à plus de cibles)
- Changez de cible (ex. grands comptes → PME)
- Validez une forte demande récurrente

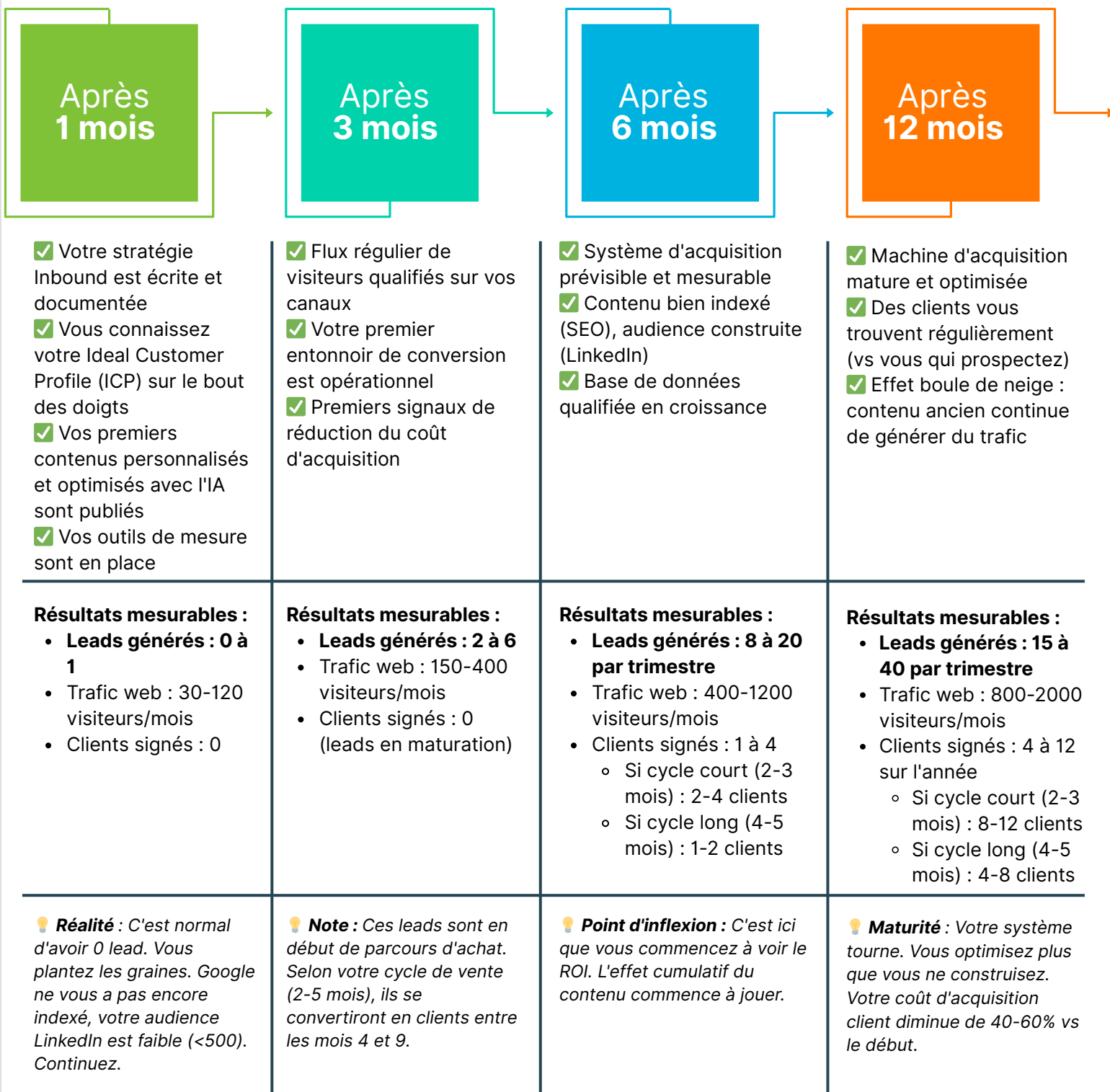
⚠ **NOTE IMPORTANTE :** Ce score n'est pas une sentence définitive. Votre marché peut évoluer, votre positionnement peut changer. **Refaites ce test dans 6 mois pour ajuster votre stratégie.**

📌 TRANSITION

Si vous êtes en zone ✓ **ou** ⚠, passons maintenant à la timeline réaliste pour comprendre ce qui vous attend sur les 12 prochains mois.

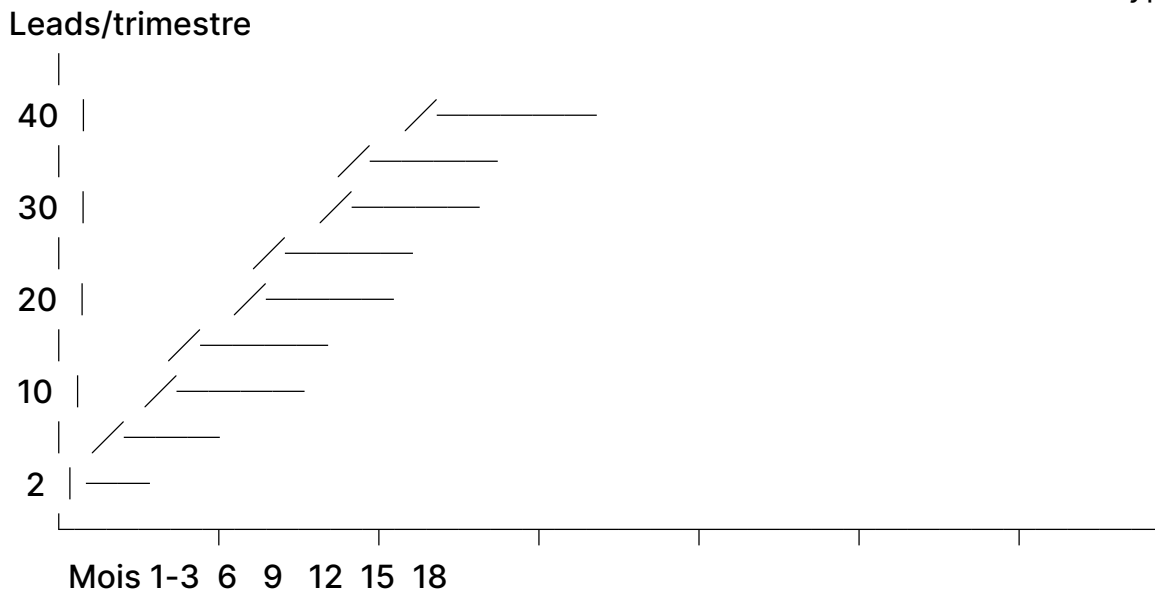
À quoi vous attendre

Timeline réaliste et réalisable sur 12 mois



LOGIQUE DE PROGRESSION RÉALISTE

Courbe de croissance Inbound typique



Phase 1 (0-3 mois) : Fondations → Croissance lente

Phase 2 (3-6 mois) : Traction → Accélération

Phase 3 (6-12 mois) : Scale → Croissance exponentielle

Pourquoi cette courbe ?

Mois 1-3 : audience LinkedIn faible, contenu récent, SEO pas indexé

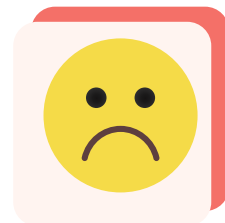
Mois 3-6 : audience grandit, Google commence à indexer, effet cumulatif

Mois 6-12 : Contenu ancien + nouveau = trafic composé, autorité établie

VARIABLES D'AJUSTEMENT

 **Divisez les prévisions de la timeline par 2 si :**

- ✗ Exécution <3h/semaine
- ✗ Contenu générique (copié de la concurrence)
- ✗ Marché ultra-concurrentiel (>15 acteurs établis)
- ✗ Abandon après 3-4 mois



 **Multipliez les prévisions par 1,5-2 si :**

- ✓ Marché émergent (peu de concurrence SEO)
- ✓ Exécution >10h/semaine
- ✓ Budget ads 500-1500€/mois
- ✓ Expertise reconnue + réseau actif





EXERCICE 0 : Votre engagement

⚠ VALIDATION PRÉALABLE

Ai-je fait le test de viabilité marché ?

☐ OUI → Mon score : ____/4

Ma zone : ☐  (vert) ☐  (orange) ☐  (rouge)

☐ NON →  STOP. Retournez page X et faites-le **MAINTENANT**.

Ne signez pas le contrat ci-dessous sans avoir validé votre marché.

Avant de commencer, répondez à ces questions :

Pourquoi je veux changer ma stratégie d'acquisition ?

Mon "pourquoi" :

Mon objectif dans 12 mois :

Mon secteur : _____

Mon cycle de vente moyen estimé : _____ mois

Temps que je peux investir par semaine : _____ heures

Budget marketing mensuel disponible : _____ Euros

(Si 0 = OK, stratégies gratuites existent)

Date de démarrage : ____ / ____ / 20__

Signez ce contrat avec vous-même :

"Je m'engage à appliquer cette méthodologie avec rigueur pendant au moins 12 mois avant de juger des résultats."

Signature : _____ Date : ____ / ____ / 20__

 **Vous avez signé ? Parfait.**

Découvrez maintenant comment ça marche



Ce Handbook n'est pas un énième livre à lire. C'est un outil de travail.

Voici comment l'utiliser !

Vous ne lisez PAS ce Handbook du début à la fin.

Vous le COMPLÉTEZ. Vous prenez des NOTES. Vous l'APPLIQUEZ.

Considérez-le comme votre cahier de route personnalisé.

COMMENT L'UTILISER :

Zones à compléter

Vous verrez des lignes pointillées : _____

Remplissez-les sur votre outil de notes. C'est VOTRE stratégie qui prend forme.

Checklists

Chaque chapitre se termine par une checklist.

Ne passez au suivant que si vous avez coché 80% des cases.

Conseils pro

Encadrés jaunes : ce que j'aurais aimé savoir avant de perdre du temps.

Erreurs à éviter

Encadrés rouge : les pièges dans lesquels tombent 80% des TPME.

Votre guide visuel

SYMBOLES :

EXERCICE

- Zone à compléter immédiatement. Ne sautez pas cette étape.

CHECKLIST

- Liste de contrôle pour valider que vous avez bien fait le chapitre.

CONSEIL PRO

- Astuce terrain qui vous fait gagner du temps ou de l'argent.

ERREUR À ÉVITER

- Piège classique. Lisez attentivement.

QUICK WIN

- Action rapide (< 2h) avec impact immédiat.

PROMPT IA

- Prompt ChatGPT/Claude prêt à copier-coller.

TEMPS ESTIMÉ

- Durée réaliste pour compléter ce chapitre.



Vous n'êtes pas seul.e : Vos outils d'accompagnement

En achetant ce Handbook, vous avez accès à bien plus qu'un « PDF ».

Vous choisissez un système structuré, pensé pour les dirigeants de TPME B2B qui veulent réellement appliquer l'Inbound — pas juste « lire un document ».

Espace membre simple

Après votre achat, vous recevez un lien privé donnant accès à :

- La **version web du Handbook** (lecture confortable sur tous vos appareils)
- Toutes les **misés à jour gratuites**
- Les **replays des sessions de mentoring et Q&A mensuelles**

Aucune plateforme à installer : un simple lien privé, clair et sécurisé.

Support email

Une question, un blocage, un chapitre à éclaircir ?

Écrivez à : support@studiobutterflycasablanca.com

Réponse garantie sous 48h ouvrées.

Sessions de mentoring mensuelles

Chaque dernier mardi du mois • 20h00–21h30 (heure de Paris)

Pendant 6 mois.

Format :

- 30 min — Thème du mois
- **30 min — Hot seat (analyse d'un membre)**
- 30 min — Q&A libre

Les replays sont disponibles pour tous les membres.

Communauté privée

Dès l'ouverture officielle du groupe, vous pourrez :

- Rejoindre si vous le souhaitez un groupe WhatsApp privé dédié aux dirigeants de TPME B2B
- Échanger avec d'autres entrepreneurs
- Partager vos avancées, poser vos questions
- Accéder à des annonces exclusives : templates, ressources, événements



Vous venez de lire ce chapitre introductif offert.

Avant de continuer, posez-vous cette question :

“Suis-je prêt.e à investir le temps nécessaire pour générer des résultats durables et prévisibles pour mon entreprise et reprendre le contrôle de mon acquisition B2B ?”

Si la réponse est oui, **vous allez pouvoir :**

- **Accéder au Handbook complet (lecture web, tous vos appareils)**

Structurez votre acquisition, semaine après semaine, sans improviser.

- **Participer à 6 sessions de mentoring collectif + Hot seat + Q&A**

Avancez plus vite et évitez les erreurs coûteuses grâce à un accompagnement direct.

- **Générer des leads qualifiés 24/7**

Votre marketing devient un moteur de revenus, même avec peu de ressources commerciales.

- **Profiter des Replays & mises à jour**

Restez à la pointe, même quand l'IA et le marché évoluent.

- **Accéder au support**

 **Commencez maintenant et transformez votre acquisition B2B en moteur de croissance durable.**

 Pas de plateforme lourde, pas de téléchargement compliqué : **un simple lien privé vous donne accès à tout.**

 Si vous n'êtes pas prêt.e à investir le temps nécessaire, fermez ce chapitre et revenez plus tard.

JE M'ENGAGE ET JE VEUX MON ACCÈS

Accès immédiat au Handbook+ mentoring après validation du paiement

 **Prochaine étape :**

PARTIE 1: DIAGNOSTIQUER & POSER LES FONDATIONS