



Manuel Opérationnel pour la Génération de Prospects avec Apollo

Support méthodologique utilisé dans le cadre de la [formation Apollo](#)

Edition 2026

Rouhina Rahbarian

Spécialiste en Prospection Digitale B2B

Organisme de formation certifié Qualiopi

[Formation Apollo sur mesure](#)

[Activateur France NUM](#)





Table des Matières

1.0 Introduction : Mettre en Place une Machine de Prospection Performante.....	3
2.0 Configuration Initiale et Bonnes Pratiques.....	4
Configuration du Compte.....	4
Intégration et Sécurité de la Messagerie.....	4
Intégration de la Messagerie.....	4
Protection du Domaine Principal.....	5
3.0 Phase 1 : Prospection et Création de Listes de Prospects Ciblés.....	7
Définition du Marché Cible (TAM).....	7
Utilisation des Filtres de Recherche.....	7
Processus de Filtrage Étape par Étape.....	7
Vérification et Validation des Prospects.....	8
4.0 Phase 2 : Conception de la Séquence de Prospection Multicanale.....	10
Création d'une Nouvelle Séquence.....	10
Construction d'une Séquence d'E-mails à Haute Conversion.....	10
Étape 1 : L'E-mail Initial Automatisé.....	10
Étape 2 : L'E-mail de Relance.....	12
Intégration d'Autres Canaux.....	13
Finalisation et Activation.....	13
5.0 Phase 3 : Exécution de la Campagne et Automatisation.....	15
Lancement Manuel de la Campagne.....	15
Exploitation de l'Automatisation avec les Workflows.....	15
6.0 Phase 4 : Analyse des Performances et Optimisation Continue.....	18
Suivi des Indicateurs Clés.....	18
Optimisation des Séquences.....	19

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



1.0 Introduction : Mettre en Place une Machine de Prospection Performante

Ce manuel est le guide de référence pour l'équipe de développement commercial (SDR). Il détaille une **méthodologie systématique** pour transformer Apollo en un moteur de prospection prévisible et performant, couvrant l'ensemble du cycle, de la recherche de prospects à la prise de rendez-vous. L'objectif est de maîtriser la plateforme pour générer un flux constant de prospects qualifiés et, en fin de compte, de nouveaux clients.

Ce document vous guidera à travers les étapes essentielles du processus :

- **La configuration initiale** : Assurer des bases techniques saines pour protéger notre réputation et maximiser l'efficacité.
- **La prospection ciblée** : Identifier et construire des listes de contacts qui correspondent parfaitement à notre profil de client idéal.
- **La création de séquences multicanales** : Concevoir des campagnes d'engagement percutantes et automatisées.
- **L'exécution des campagnes** : Lancer et gérer nos efforts de prospection à grande échelle.
- **L'optimisation continue** : Analyser les données pour améliorer constamment nos résultats.

Le succès de toute initiative de prospection repose sur des fondations solides. C'est pourquoi nous commençons par l'étape fondamentale de la configuration initiale, qui garantit la viabilité et la performance de toutes nos futures campagnes.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



2.0 Configuration Initiale et Bonnes Pratiques

Une configuration correcte d'Apollo est une étape stratégique incontournable. Elle est cruciale non seulement pour le bon fonctionnement de l'outil, mais aussi pour protéger la réputation du domaine de notre entreprise et maximiser la délivrabilité de nos e-mails. Une bonne délivrabilité est un facteur clé de succès pour toute campagne de prospection ; négliger cette étape revient à compromettre nos efforts avant même de les avoir commencés.

Configuration du Compte

La mise en place initiale du compte est un processus simple mais essentiel.

- **Inscription et Plan Initial** : [Commencez par vous inscrire sur Apollo](#). Le plan gratuit est suffisant pour **démarrer** et valider la stratégie initiale.
- **Limitations du Plan Gratuit** : Le plan gratuit permet de se familiariser avec l'outil. Cependant, il présente des limitations majeures, notamment la possibilité de ne sélectionner que 25 prospects à la fois pour les ajouter à une séquence.
- **Justification de la Montée en Gamme** : Le plan payant de base (49 \$/mois) offre des avantages qui justifient l'investissement une fois la stratégie validée. Il permet de sélectionner un grand nombre de prospects simultanément et débloque la capacité d'envoyer des volumes d'e-mails beaucoup plus élevés (500, 1000, voire 2000 par jour), transformant la prospection en une opération à grande échelle. Il donne également accès à des fonctionnalités avancées comme l'A/B testing des e-mails.

Intégration et Sécurité de la Messagerie

Intégration de la Messagerie

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



Pour une intégration fluide, il est fortement recommandé de **s'inscrire sur Apollo en utilisant directement un compte Gmail**. Cette méthode connecte automatiquement votre messagerie à la plateforme, ce qui la rend immédiatement opérationnelle pour l'envoi d'e-mails sans nécessiter de configuration technique supplémentaire.

Protection du Domaine Principal

Alerte : Ne jamais utiliser votre adresse e-mail principale pour la prospection à froid.

L'envoi massif d'e-mails expose le domaine d'envoi à un **risque élevé** d'être signalé comme spam, ce qui peut "ruiner" sa réputation et nuire à la délivrabilité de tous les e-mails de l'entreprise. Cette approche n'est pas optionnelle ; c'est une procédure opérationnelle standard pour protéger notre actif le plus critique : la réputation de notre domaine.

Pour contourner ce risque, la stratégie consiste à utiliser une **"burner email address"** (adresse e-mail de contournement) :

1. **Achetez un nom de domaine secondaire** : Créez un domaine très similaire au domaine principal, mais légèrement différent. Par exemple, si notre domaine principal est scalingwithsystems.com, nous utiliserions un domaine comme scalingwsystems.com.
2. **Créez l'adresse de prospection** : Configurez une nouvelle adresse e-mail sur ce domaine secondaire (par exemple, ravi@scalingwsystems.com). C'est cette adresse qui sera connectée à Apollo pour toutes les campagnes de prospection.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



Cette approche préserve l'intégrité et la réputation de notre domaine principal tout en nous permettant de mener des campagnes d'envergure.

Une fois la plateforme correctement configurée et sécurisée, l'étape suivante consiste à identifier et à construire des listes de prospects hautement qualifiés.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



3.0 Phase 1 : Prospection et Création de Listes de Prospects Ciblés

La prospection est une étape stratégique qui va bien au-delà d'une simple collecte de contacts. L'objectif est d'utiliser les puissants filtres d'Apollo pour construire des listes de prospects qui correspondent précisément à notre [Profil de Client Idéal \(ICP\)](#). Cette approche ciblée garantit que nos efforts de prospection sont concentrés sur les opportunités les plus prometteuses, augmentant ainsi considérablement nos chances de succès.

Définition du Marché Cible (TAM)

Avant de plonger dans les filtres, il est utile d'avoir une vision globale de votre marché. La fonctionnalité **"Build your TAM"** (Construire votre Marché Total Adressable) d'Apollo vous permet de construire rapidement une vue structurée des comptes représentant votre marché total adressable. Ce prompt utilise les filtres et signaux d'Apollo pour segmenter automatiquement les comptes correspondant à votre ICP, vous offrant un point de départ clair pour des campagnes de prospection stratégiques.

Utilisation des Filtres de Recherche

Processus de Filtrage Étape par Étape

Pour construire une liste de prospects qualifiés, naviguez vers la section **People** et appliquez les filtres suivants. L'exemple ci-dessous est basé sur une recherche de **cabinets comptables**, mais la méthodologie est applicable à n'importe quel secteur.

1. **Management Level** (Niveau hiérarchique) : Ce filtre est plus efficace que **Job Titles** car il regroupe les décideurs. Sélectionnez les niveaux

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



pertinents pour garantir que vous contactez des personnes ayant le pouvoir de décision :

- Owner
- Founder
- C-suite
- Partner

2. **Location (Localisation)** : Affinez votre recherche à une zone géographique spécifique pour concentrer vos efforts.

- *Exemple* : États-Unis.

3. **# Employees (Nombre d'employés)** : La taille de l'entreprise est un indicateur crucial. Elle peut, par exemple, indiquer si l'entreprise dispose ou non d'une équipe marketing interne, ce qui influence directement votre proposition de valeur.

- *Exemple* : 1 à 10 employés pour cibler les petites structures où le dirigeant gère souvent lui-même le marketing.

4. **Industry (Secteur d'activité)** : Ciblez précisément le secteur qui correspond à votre offre.

- *Exemple* : Comptabilité (Accounting).

Vérification et Validation des Prospects

Une fois la liste générée, il est impératif de valider la pertinence des prospects. Ne sautez pas cette étape de validation manuelle. Cinq minutes de vérification sur LinkedIn peuvent vous épargner des semaines d'efforts de prospection dirigés vers le mauvais profil, garantissant un ROI maximal de votre temps. Une bonne pratique consiste à **ouvrir plusieurs profils LinkedIn** directement depuis les résultats de recherche d'Apollo pour confirmer qu'ils correspondent bien à [votre avatar client idéal \(persona\)](#).

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



De plus, utilisez la fonctionnalité **Get verified emails and phone numbers**. Cette étape garantit que les informations de contact sont exactes et à jour, ce qui est essentiel pour réduire les taux de rebond (bounces) et protéger la réputation de votre domaine d'envoi.

Avec une liste de prospects qualifiés et vérifiés, l'étape suivante consiste à créer une séquence de communication percutante pour engager ces contacts de manière efficace.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



4.0 Phase 2 : Conception de la Séquence de Prospection Multicanale

La "Séquence" est le cœur de la stratégie d'engagement dans Apollo. Une séquence bien conçue ne se contente pas d'envoyer des e-mails ; elle automatise une série de points de contact sur plusieurs canaux (e-mails, appels, tâches LinkedIn) pour transformer une simple liste de contacts en conversations qualifiées. C'est la machine qui nourrit votre pipeline de ventes.

Création d'une Nouvelle Séquence

Pour démarrer, suivez ces étapes simples pour créer le cadre de votre campagne :

1. Naviguez vers **Engage** > **Sequences** dans le menu principal.
2. Cliquez sur le bouton **New Sequence** et sélectionnez **Create a new sequence**.
3. **Nommez votre séquence** de manière claire et descriptive.
 - *Exemple* : **Marketing par e-mail pour comptables**.
4. **Définissez le calendrier d'envoi**. Il est recommandé d'utiliser les heures de bureau standard pour maximiser les chances d'engagement.
 - *Exemple* : **Normal business hours 8 to 5 p.m.**

Construction d'une Séquence d'E-mails à Haute Conversion

Étape 1 : L'E-mail Initial Automatisé

Cette première étape est cruciale pour capter l'attention du prospect.

- **Configuration** : Choisissez **Automatic Email** comme type d'étape.
Définissez un délai de **30 minutes** après l'ajout du contact. Ce court délai

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



permet d'apporter des ajustements de dernière minute ou de retirer un contact ajouté par erreur avant que l'e-mail ne soit envoyé.

Voici la structure d'un e-mail initial optimisé pour la conversion :

Composant de l'E-mail	Instructions et Exemple
Ligne d'Objet	Rédigez un objet qui suscite la curiosité en utilisant des variables dynamiques. Il doit être court et intrigant. Exemple : <code>question about {{Company Name}}...</code>
Ligne d'Accroche	Créez une première phrase personnalisée et intrigante. C'est ce que le prospect verra en aperçu dans sa boîte de réception, elle doit donc l'inciter à ouvrir l'e-mail. Exemple : <code>Hey {{First Name}}, wanted to make sure you saw this. Is this true about {{Company Name}}?</code>
Proposition de Valeur	Formulez une phrase claire et percutante qui combine la transformation que vous offrez et une inversion du risque pour le prospect. Exemple : <code>We help accounting firms get 20 new clients a year or their money back.</code>

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



Preuve Sociale	Appuyez votre affirmation avec des données chiffrées et des exemples concrets pour renforcer votre crédibilité. Exemple : 296+ accounting firms in the past two years, including Garfield's Accounting and KPMG.
Appel à l'Action (CTA)	Proposez une prochaine étape claire, simple et directe. Incluez toujours un lien vers votre calendrier pour faciliter la prise de rendez-vous. Exemple : Based on our initial research on {{Company Name}}, it seems like we may be able to guarantee 20 new clients... book a call to speak with us here: [Calendar Link].
P.S. (Optionnel)	Ajoutez un "P.S." audacieux pour renforcer l'inversion du risque et montrer votre confiance. Exemple : P.S. If you think I wasted your time on the call, I'll PayPal you \$100.

Étape 2 : L'E-mail de Relance

La persévérance est la clé. Un e-mail de relance bien placé augmente considérablement les taux de réponse.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



- **Configuration** : Ajoutez une nouvelle étape **Automatic Email** programmée pour **14 heures** après l'étape précédente.
- **Instruction Critique** : Cochez impérativement l'option **Reply to previous thread**. Cela garantit que votre relance apparaît dans le même fil de discussion que l'e-mail initial, maintenant ainsi le contexte et augmentant la visibilité.
- **Structure** : L'e-mail de relance doit être très court et direct. Il ne fait que réitérer la proposition de valeur et l'appel à l'action.
 - *Exemple* : `{{First Name}}, are you interested at all in 20 new clients or your money back? Book a call...`

Intégration d'Autres Canaux

Apollo n'est pas limité aux e-mails. Pour une approche multicanale plus robuste, vous pouvez intégrer d'autres types d'étapes dans votre séquence, telles que :

- **Phone Call** (Appel téléphonique)
- **LinkedIn connection request** (Demande de connexion LinkedIn)
- **LinkedIn messages** (Messages LinkedIn)

Apollo propose même des modèles de scripts d'appel à froid, comme le **Conversation Starter Cold Calling Script**, pour guider nos SDR lors des appels et maximiser leurs chances de succès.

Finalisation et Activation

Avant de lancer votre campagne, effectuez ces deux vérifications finales :

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



- **Envoyer un E-mail de Test** : Utilisez toujours la fonction **send a test email** pour vous envoyer un exemple de chaque e-mail de la séquence. Cela vous permet de vérifier que le formatage est correct, que les variables dynamiques fonctionnent et que l'e-mail s'affiche parfaitement dans une boîte de réception réelle.
- **Activer la Séquence** : C'est l'erreur la plus courante et la plus coûteuse. Basculez l'interrupteur de la séquence sur **Active**. Une séquence inactive est une perte de temps et d'opportunités. Intégrez la double vérification de ce statut **Active** à votre checklist de lancement de campagne.

Une fois la séquence parfaitement conçue, testée et activée, le processus d'ajout de prospects et de lancement effectif de la campagne peut commencer.



5.0 Phase 3 : Exécution de la Campagne et Automatisation

Cette section couvre le lancement opérationnel de la campagne. Grâce à la préparation minutieuse des étapes précédentes, l'envoi de communications personnalisées à des centaines de prospects peut être réalisé en quelques clics. De plus, les fonctionnalités d'automatisation d'Apollo permettent d'amplifier cette efficacité et de mettre en place un véritable moteur de prospection fonctionnant 24/7.

Lancement Manuel de la Campagne

Une fois votre liste de prospects ciblée et votre séquence activée, le processus pour lancer la campagne est simple et rapide :

1. **Sélectionner les Contacts** : Depuis votre liste de prospects filtrée, cochez la case des contacts que vous souhaitez ajouter. *Rappel : le plan gratuit est limité à une sélection de 25 contacts à la fois.*
2. **Ajouter à la Séquence** : Cliquez sur le bouton **Sequence** qui apparaît en haut de la liste.
3. **Confirmer l'Ajout** : Dans la fenêtre qui s'ouvre, choisissez **Add to existing sequence**, sélectionnez la séquence appropriée (ex: **accounts, email marketing**), et cliquez sur **Confirm**.

Bonne pratique incontournable : Assurez-vous que l'option permettant d'envoyer des e-mails uniquement aux adresses vérifiées est bien active. Cela protège la réputation de votre domaine en minimisant les taux de rebond et est essentiel à la viabilité à long terme de notre stratégie de prospection.

Exploitation de l'Automatisation avec les Workflows

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



Les **Workflows** d'Apollo sont conçus pour automatiser les tâches répétitives et vous permettre de vous concentrer sur des actions à plus forte valeur ajoutée. Ils créent un système de prospection intelligent qui réagit aux actions de vos prospects.

Voici quelques exemples concrets d'automatisations puissantes que vous pouvez mettre en place :

- **Follow Up On No-Show Meetings** : Relancez automatiquement les prospects qui ont manqué un rendez-vous pour tenter de le reprogrammer, sans intervention manuelle et en maintenant une image professionnelle.
- **Target Website Visitors** : Engagez proactivement les prospects qui ont montré un fort intérêt en visitant des pages clés de votre site web, comme la page de tarification, en les ajoutant automatiquement à une séquence de nurturing.
- **Hit New Hires** : Contactez automatiquement les nouveaux décideurs dès leur prise de fonction. C'est un moment idéal pour engager la conversation, car ils sont souvent ouverts à de nouvelles solutions pour marquer leur arrivée.
- **Create Deals From Booked Meetings** : Automatisez la création d'une opportunité dans votre pipeline dès qu'un rendez-vous est pris, assurant une transition fluide entre la prospection et la gestion commerciale.
- **Work Leads Who Went Cold** : Réengagez automatiquement les prospects qui n'ont pas répondu après un certain temps en les ajoutant à une séquence de nurturing à long terme, maximisant ainsi la valeur de chaque contact généré.
- **Call When Email is Opened or Clicked** : Créez une tâche d'appel prioritaire pour un SDR dès qu'un prospect à haute valeur interagit avec un

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



e-mail. Cela permet un suivi téléphonique au moment précis où l'intérêt du prospect est à son apogée.

L'exécution des campagnes n'est pas la fin du processus. Pour garantir un succès durable, il est essentiel de suivre de près les performances et d'optimiser continuellement votre stratégie en fonction des données.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)

6.0 Phase 4 : Analyse des Performances et Optimisation Continue

La génération de prospects est un processus itératif, pas une action ponctuelle. L'excellence ne vient pas du premier essai, mais d'une amélioration constante. Les données ne sont pas là pour être simplement consultées ; elles sont le fondement de chaque ajustement stratégique que nous apportons à notre approche. L'analyse est la clé pour transformer les efforts en résultats prévisibles et croissants.

Suivi des Indicateurs Clés

Apollo fournit des outils puissants pour transformer les données brutes en informations stratégiques.

- **Outbound Analytics Dashboard** : Ce tableau de bord est votre centre de commandement pour le suivi des performances. Il fournit des rapports pré-construits qui vous permettent de visualiser les indicateurs de performance clés (KPIs) pour vos e-mails (taux d'ouverture, de réponse), vos appels, vos comptes cibles et vos tâches.
- **Analyse via les "Prompts" d'IA** : Apollo permet d'utiliser des prompts pour analyser vos données et obtenir des recommandations exploitables :
 - **Analyze sales performance** : Utilisez ce prompt pour identifier les tendances globales, mettre en lumière les points forts de votre stratégie et détecter les axes d'amélioration dans votre performance commerciale.
 - **Analyze deliverability** : Ce prompt génère des recommandations claires pour améliorer la délivrabilité de vos e-mails et maximiser vos chances d'atterrir dans la boîte de réception principale de vos prospects.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



- **Optimize deliverability for scaled outreach :**

Particulièrement critique, ce prompt offre un guide étape par étape pour maximiser la délivrabilité lors de campagnes à grande échelle, bouclant la boucle avec les bonnes pratiques de sécurité du domaine établies à l'étape 2.

Optimisation des Séquences

L'amélioration de vos séquences est un levier majeur de performance.

- **Auto-optimize sequence for performance :** Cette fonctionnalité permet à Apollo d'analyser une séquence spécifique et de fournir des recommandations basées sur les données pour améliorer le contenu de vos e-mails et l'engagement global. C'est un coach en performance intégré à la plateforme.
- **A/B Testing :** Disponible sur les plans payants, l'A/B testing est une méthode proactive essentielle pour l'optimisation. Elle vous permet de tester scientifiquement différentes versions d'un même e-mail (par exemple, deux lignes d'objet ou deux appels à l'action) pour identifier l'approche qui génère les meilleurs résultats.

En maîtrisant ce cycle complet — configuration, prospection, engagement, exécution et analyse — vous transformez Apollo d'un simple outil en un véritable système de croissance prévisible et scalable pour l'entreprise.

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)



Cette méthodologie prend tout son sens lorsqu'elle est déployée dans un cadre structuré et accompagné.

[Formation Apollo sur mesure](#)

Cette méthodologie est déployée à l'aide de la plateforme Apollo.

👉 [Découvrir la plate-forme utilisée dans la formation](#)