

Test de positionnement : automatisation de l'acquisition clients

Modèle vierge, version 1.1 du 19/10/2026. En attente de signature du président ; applicable aux actions qui démarrent après sa signature.

EP DIGITAL X • Positionnement • Indicateur 8

Un seul test pour les deux versions de la formation : version courte (17 h, entièrement synchrone) et version complète (62 h : 27 h d'e-learning, 35 h en présentiel ou en classe virtuelle). Test de 15 à 20 minutes, en ligne ou sur papier, passé avant le démarrage et repassé à la fin pour mesurer la progression.

1. Règles d'usage

- **Ce test ne sélectionne personne.** Il sert uniquement à adapter le parcours : contenus renforcés ou allégés, rythme, exercices, travail en binôme. Aucun score n'empêche l'entrée en formation ; un prérequis manquant donne lieu à un échange.
- Il porte sur 5 compétences communes aux deux versions, à raison de deux questions par compétence.
- Il est envoyé avec la convocation. Le formateur lit les résultats avant la première séance et note sur la fiche résultat (partie 6) ce qu'il adapte.
- Formation financée portée par un organisme partenaire : le test de cet organisme s'applique ; ce test peut le compléter.
- Les résultats sont conservés dans le dossier de l'action (export du formulaire en ligne, du paquet SCORM ou feuille scannée).
- Application : actions qui démarrent après la signature de ce document.

2. Partie A. Auto-évaluation

Échelle : 0 = je ne sais pas ce que c'est ; 1 = j'en ai entendu parler ; 2 = je le fais avec de l'aide ; 3 = je le fais seul(e).
Cochez une case par ligne.

Compétence	Où : version 17 h / version 62 h	0	1	2	3
C1. Cadrer la stratégie d'acquisition, les cibles prioritaires et le parcours prospect	Séquence 1 / module 1, jour 1	☐	☐	☐	☐
C2. Structurer un CRM et les données prospects, dans le respect du RGPD et des règles de la CNIL	Séquences 2 et 7 / modules 4 et 10, jour 2	☐	☐	☐	☐
C3. Rédiger une séquence e-mail et des messages SMS, WhatsApp et LinkedIn	Séquences 3 à 5 / modules 6, 7 et 9, jours 3 et 4	☐	☐	☐	☐
C4. Modéliser un workflow n8n ou Zapier	Séquence 6 / modules 8 et 11, jour 4	☐	☐	☐	☐
C5. Mesurer les KPI et présenter le plan d'action	Séquence 8 / modules 8, 12 et 13, jour 5	☐	☐	☐	☐

3. Partie B. Questions de connaissances

Une seule bonne réponse par question. Si vous ne savez pas, cochez E plutôt que de répondre au hasard.

1. Quel élément décrit le mieux un persona opérationnel ?

- ☐ A) Un prénom fictif sans usage commercial
- ☐ B) Un profil avec besoin, contexte, objection et canal prioritaire
- ☐ C) Une statistique isolée
- ☐ D) Un modèle de facture
- ☐ E) Je ne sais pas

2. À quoi sert la cartographie du parcours prospect ?

- ☐ A) Remplacer le CRM
- ☐ B) Décider uniquement du graphisme
- ☐ C) Supprimer les indicateurs
- ☐ D) Repérer les points de contact, relances et ruptures
- ☐ E) Je ne sais pas

3. Quel champ CRM est prioritaire pour éviter les pertes de suivi ?

- ☐ A) Statut et prochaine action
- ☐ B) Couleur préférée
- ☐ C) Police de caractère
- ☐ D) Résolution écran
- ☐ E) Je ne sais pas

4. En prospection B2C, quelle règle doit être vérifiée en priorité ?

- ☐ A) L'absence de désinscription
- ☐ B) L'envoi à toute base achetée
- ☐ C) Le consentement préalable en principe
- ☐ D) Le changement de canal après refus
- ☐ E) Je ne sais pas

5. Quel usage est pertinent pour le SMS ou WhatsApp Business ?

- ☐ A) Prospection massive sans contexte
- ☐ B) Rappel ou suivi attendu avec message court et identifié
- ☐ C) Contournement d'une opposition e-mail
- ☐ D) Message long sans action
- ☐ E) Je ne sais pas

6. Quelle approche est la plus adaptée sur LinkedIn en B2B ?

- ☐ A) Message contextualisé lié au profil et à la fonction
- ☐ B) Message générique envoyé sans ciblage
- ☐ C) Relance après refus explicite
- ☐ D) Ajout automatique sans suivi
- ☐ E) Je ne sais pas

7. Un workflow fiable se décrit d'abord par :

- ☐ A) Logo, slogan et police
- ☐ B) Budget, facture et banque
- ☐ C) Image, vidéo et couleur
- ☐ D) Déclencheur, condition, action et gestion d'erreur
- ☐ E) Je ne sais pas

8. Pourquoi tester un workflow avec un contact fictif ?

- ☐ A) Pour augmenter artificiellement les KPI

- ☐ B) Pour remplacer la documentation
- ☐ C) Pour vérifier la création CRM, la relance et les notifications
- ☐ D) Pour contourner les règles CNIL
- ☐ E) Je ne sais pas

9. Quel indicateur mesure la réaction directe à une séquence ?

- ☐ A) Le taux de réponse
- ☐ B) La largeur du site
- ☐ C) La couleur du bouton
- ☐ D) La taille du logo
- ☐ E) Je ne sais pas

10. Quel KPI aide à piloter la transformation commerciale ?

- ☐ A) Le nombre de polices utilisées
- ☐ B) Le taux de rendez-vous ou de conversion
- ☐ C) Le nom du thème WordPress
- ☐ D) Le poids d'un PDF
- ☐ E) Je ne sais pas

4. Partie C. Mise en situation (facultative, 5 minutes)

Décrivez le parcours d'un prospect de votre entreprise, du premier contact au rendez-vous : points de contact, relances prévues, outil où le contact est enregistré.

Votre réponse

Note du formateur sur 3 : 0 = rien de pertinent ; 1 = points de contact seulement ; 2 = points de contact et relances ; 3 = points de contact, relances et outil de suivi, dans l'ordre du parcours.

5. Réserve au formateur : lecture et adaptations

Score partie B (sur 10)	Niveau	Adaptation
0 à 3	Débutant	Rappel des bases en début de séance, exercices guidés, accompagnement renforcé entre les séances. Version 17 h : temps renforcé sur les séquences 1 et 2 (cadrage, CRM). Version 62 h : modules e-learning 1 (stratégie d'acquisition) et 4 (RGPD et tracking) à suivre en priorité avant le jour 1.
4 à 6	Intermédiaire	Parcours standard, exercices sur les cas réels du stagiaire (son offre, ses prospects, ses relances).
7 à 10	Avancé	Exercices d'approfondissement, rôle de binôme. Version 62 h : modules 2, 3 et 5 (SEO, WordPress, mobile) allégés, temps reporté sur les workflows (modules 8 et 11).

Prérequis non atteints (usage courant du web, de la messagerie et de la bureautique)	Hors cible	Échange avec le stagiaire et l'entreprise : formation préalable, report ou réorientation, noté dans le dossier.
---	------------	--

Lecture par compétence : si le stagiaire n'a aucune bonne réponse aux deux questions d'une compétence, ou s'il s'y auto-évalue à 0 ou 1, le formateur renforce la séquence indiquée dans la partie A et le note sur la fiche résultat.

Limite connue : les mauvaises réponses de la partie B sont faciles à écarter ; un score élevé seul ne suffit pas à classer un stagiaire « avancé ». Le formateur confirme le niveau avec la partie A et la partie C.

6. Fiche résultat individuelle

Stagiaire	Version (17 h ou 62 h)	Date du test d'entrée	Score d'entrée (/10)	Partie C (/3)	Date du test de sortie	Score de sortie (/10)	Progression

Champ	Réponse
Niveau retenu (débutant, intermédiaire, avancé, hors cible)	
Points forts relevés	
Points à renforcer	
Adaptations décidées (contenus, rythme, modalité)	
Formateur (nom, date, signature)	

Historique des versions

v1 • 18/10/2026 — Version 1 du 18/10/2026 (procédure interne).

v1.1 • 19/10/2026 — Version 1.1 du 19/10/2026 (charte EP Digital, relecture). Modèle vierge publié le 19/10/2026, sans le corrigé ni le bloc de validation.