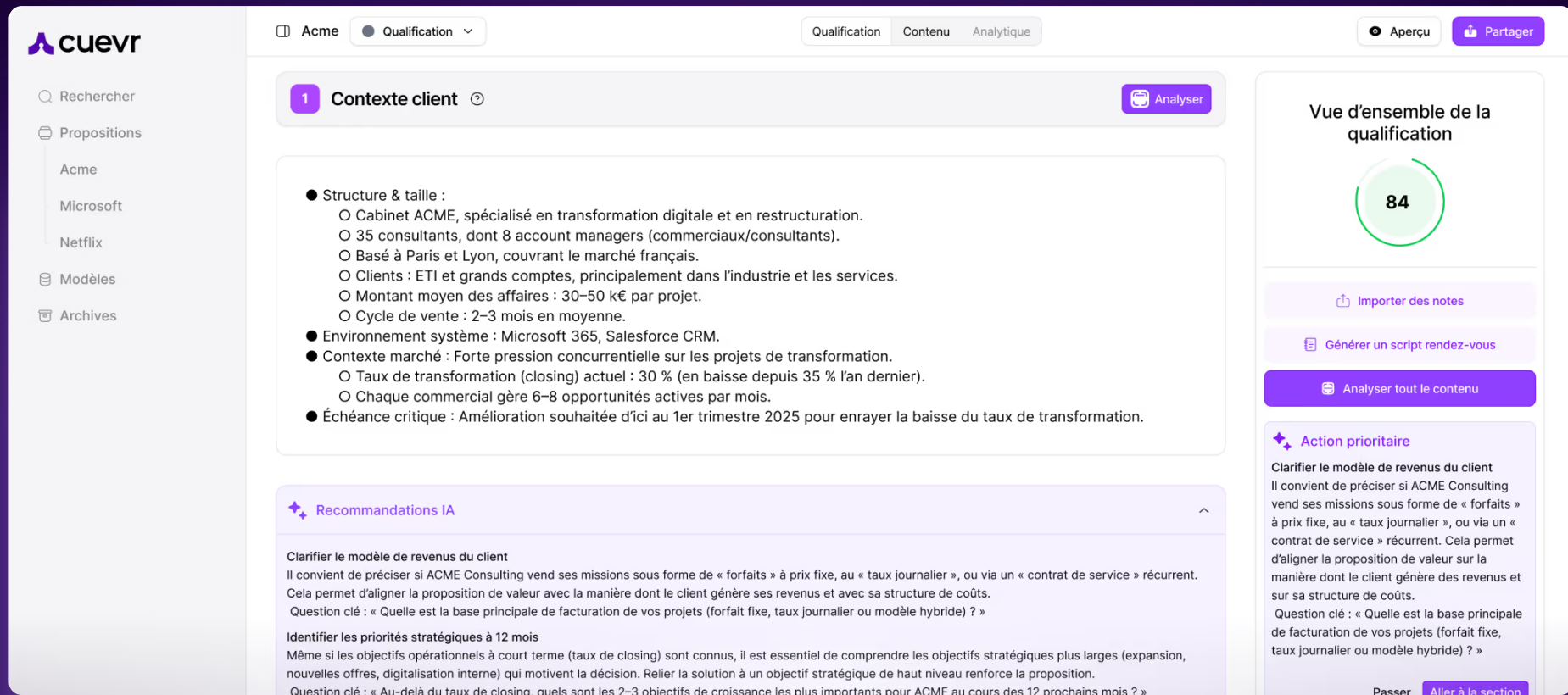


Cuevr, la fin du ghosting en B2B : quand la proposition commerciale devient un dialogue



The screenshot displays the Cuevr interface for a client qualification page. The main content area is titled '1 Contexte client' and contains a list of details about the client 'Acme'.

- Structure & taille :**
 - Cabinet ACME, spécialisé en transformation digitale et en restructuration.
 - 35 consultants, dont 8 account managers (commerciaux/consultants).
 - Basé à Paris et Lyon, couvrant le marché français.
 - Clients : ETI et grands comptes, principalement dans l'industrie et les services.
 - Montant moyen des affaires : 30-50 k€ par projet.
 - Cycle de vente : 2-3 mois en moyenne.
- Environnement système :** Microsoft 365, Salesforce CRM.
- Contexte marché :** Forte pression concurrentielle sur les projets de transformation.
 - Taux de transformation (closing) actuel : 30 % (en baisse depuis 35 % l'an dernier).
 - Chaque commercial gère 6-8 opportunités actives par mois.
- Échéance critique :** Amélioration souhaitée d'ici au 1er trimestre 2025 pour enrayer la baisse du taux de transformation.

Below the client context, there is a section for 'Recommandations IA' (AI Recommendations) with two key points:

- Clarifier le modèle de revenus du client**
Il convient de préciser si ACME Consulting vend ses missions sous forme de « forfaits » à prix fixe, au « taux journalier », ou via un « contrat de service » récurrent. Cela permet d'aligner la proposition de valeur avec la manière dont le client génère ses revenus et avec sa structure de coûts.
Question clé : « Quelle est la base principale de facturation de vos projets (forfait fixe, taux journalier ou modèle hybride) ? »
- Identifier les priorités stratégiques à 12 mois**
Même si les objectifs opérationnels à court terme (taux de closing) sont connus, il est essentiel de comprendre les objectifs stratégiques plus larges (expansion, nouvelles offres, digitalisation interne) qui motivent la décision. Relier la solution à un objectif stratégique de haut niveau renforce la proposition.
Question clé : « Au-delà du taux de closing, quels sont les 2-3 objectifs de croissance les plus importants pour ACME au cours des 12 prochains mois ? »

On the right side of the interface, there is a 'Vue d'ensemble de la qualification' (Overall qualification view) showing a score of 84. Below this, there are buttons for 'Importer des notes', 'Générer un script rendez-vous', and 'Analyser tout le contenu'. At the bottom right, there is a section for 'Action prioritaire' (Priority action) with the text: 'Clarifier le modèle de revenus du client' and 'Il convient de préciser si ACME Consulting vend ses missions sous forme de « forfaits » à prix fixe, au « taux journalier », ou via un « contrat de service » récurrent. Cela permet d'aligner la proposition de valeur sur la manière dont le client génère des revenus et sur sa structure de coûts. Question clé : « Quelle est la base principale de facturation de vos projets (forfait fixe, taux journalier ou modèle hybride) ? »

Dans le B2B, la proposition commerciale est souvent l'ultime moment d'espoir avant le silence.

Le commercial a tout donné : il a compris le besoin, rédigé, peaufiné, vérifié chaque mot, avant d'appuyer sur "envoyer". Et soudain, plus rien.

Le prospect disparaît, l'échange s'interrompt, l'incertitude s'installe. Ce silence, que l'on appelle désormais "ghosting", résume à lui seul la faille d'un modèle où l'on travaille beaucoup, mais sans jamais savoir si l'on agit juste.

Des milliers de propositions partent chaque jour sans retour, au prix d'un temps colossal et d'une énergie précieuse. Derrière chaque document, il y a le même scénario : le doute au départ, le travail à l'aveugle, puis le vide, cette zone grise où s'évanouit la relation commerciale.

C'est pour réparer cette chaîne de valeur que Cuevr a vu le jour.

Cofondée par Gaëlle Boutaud et Nicolas Delignières, la solution SaaS française transforme la proposition commerciale en un véritable coach intelligent, capable d'accompagner les équipes avant, pendant et après la rédaction.

Cuevr redonne de la clarté à une étape trop longtemps livrée à l'instinct, réintroduit de la méthode dans le closing et met fin à ce flou qui fragilise la relation entre vendeurs et prospects.



Le cycle de vente B2B, ou l'art du pari risqué

Pour de nombreux commerciaux, le cycle de vente B2B s'apparente à un parcours semé d'incertitudes.

Entre la qualification du prospect, la rédaction de la proposition et l'attente du retour, chaque étape comporte sa part de risque.

À force, le processus ressemble davantage à un pari qu'à une méthode maîtrisée.

Le Doute (La Qualification) en est la première étape.

Avant même de commencer, le commercial se questionne : faut-il investir plusieurs heures sur ce dossier ? A-t-il réellement compris les besoins de son interlocuteur ?

Cette phase préliminaire, souvent négligée, conditionne pourtant la suite du cycle de vente.

Un manque de clarté dans la qualification conduit fréquemment à un investissement mal orienté, à des propositions non lues ou mal perçues.

Vient ensuite **Le Travail (La Création)**, une étape exigeante qui repose sur la précision et la persuasion.

Le commercial se retrouve seul face à une page blanche,

cherchant à structurer un argumentaire pertinent sans certitude sur ce qui convaincra réellement.

La rédaction devient alors un exercice à l'aveugle, mobilisant un temps considérable sur des outils génériques — Word, PowerPoint, Google Slides — rarement conçus pour cet usage.

Chaque proposition est un équilibre fragile entre effort, intuition et espoir.

Enfin, le cycle s'achève trop souvent par **Le Vide (Le Ghosting)**.

Une fois le document envoyé, le silence s'installe.

Aucune donnée sur sa lecture, aucun indicateur sur l'intérêt du prospect.

Le commercial oscille entre relancer trop tôt, au risque de paraître insistant, ou trop tard, au risque de passer à côté de l'opportunité.

Ce manque d'information transforme l'étape finale en une zone grise où la décision se joue sans visibilité.

Cette succession, le doute, le travail, puis le vide, illustre une faille structurelle du B2B moderne : l'absence d'outils adaptés pour accompagner les équipes de bout en bout.

C'est précisément cette faille que Cuevr a choisi de combler, en introduisant un cadre clair, mesurable et intelligent pour sécuriser le closing.

Cuevr, le chaînon manquant du cycle de vente

Cuevr n'est pas un éditeur de documents supplémentaire. C'est un assistant de proposition commerciale piloté par l'intelligence artificielle, pensé comme un outil de travail à part entière.

Il agit en trois temps :

- **Avant la rédaction** : Cuevr aide à cadrer la qualification. L'outil guide le commercial pour vérifier la pertinence du prospect et éviter les propositions inutiles ;
- **Pendant la rédaction** : l'IA analyse le contenu en temps réel, évalue sa solidité et suggère les éléments à renforcer. Elle s'appuie sur les meilleures pratiques de vente observées dans des dizaines de cycles réels ;
- **Après l'envoi** : le document n'est plus statique. Le commercial sait quand il a été lu, quelles sections ont retenu l'attention et peut relancer au bon moment. Le prospect, de son côté, peut commenter ou réagir directement.

Cuevr transforme ainsi une démarche souvent subie en un processus clair, mesurable et piloté par la donnée.

The screenshot displays the Cuevr interface. At the top, a circular progress indicator shows a score of 75. Below it, a button labeled 'Générer un rendez-vous script' is visible. The main section is titled 'Analyse complète du contexte' and contains a list of three items:

- 1 Contexte et enjeux (with a calendar icon)
- 2 Besoins/problèmes identifiés (with a 20-minute timer icon)
- 3 Processus de décision (with a 15-minute timer icon)

On the right, a pop-up window titled 'Script de rendez-vous' is open, showing the following content:

PRÉSENTATION DE L'APPEL

Voici 3 approches pour justifier cet appel complémentaire auprès de Sophie :

1. L'approche "Business Case" (La plus efficace) :

"Bonjour Sophie, en préparant la proposition pour vous, j'ai commencé à modéliser le retour sur investissement que Cuevr pourrait vous apporter. Pour que ce calcul soit le plus précis et le plus utile possible pour votre discussion avec le DAF, j'aurais besoin de valider 2-3 chiffres avec vous. Cela ne prendra que 15-20 minutes."

OUVERTURE (2 min)

At the bottom right of the script window, there is a 'Régénérer' button with a lightning bolt icon.

Cuevr, le chaînon manquant du cycle de vente

Cuevr s'adresse aux entreprises de services (agences, cabinets de conseil, ESN, experts-comptables, éditeurs de logiciels) dont chaque proposition engage du temps et du savoir-faire.

Dans ces structures, la performance repose sur trois équilibres : rapidité, justesse, cohérence. Cuevr a été conçu pour les réconcilier.

1. Simplifier sans appauvrir

Finis les fichiers Word bricolés ou les présentations répétitives. Cuevr propose un environnement clair, structuré, qui permet de produire une offre complète en deux fois moins de temps, sans sacrifier la qualité du contenu.

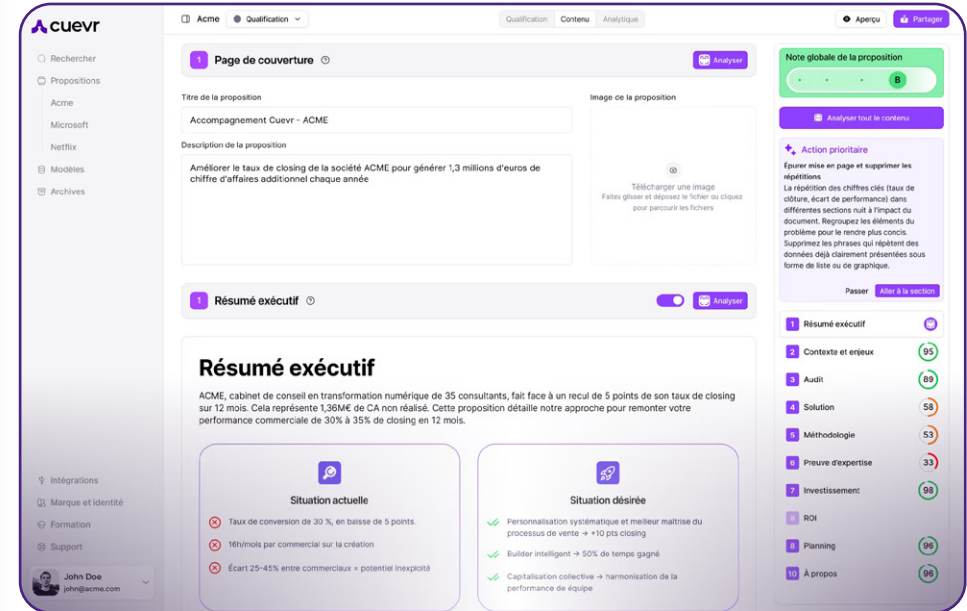
2. Structurer sans déshumaniser

L'IA intégrée agit comme un partenaire de travail, pas comme un rédacteur automatique. Elle met en évidence les zones à renforcer, propose des reformulations pertinentes et s'appuie sur une base de données issue de pratiques commerciales éprouvées.

3. Mesurer sans surveiller

Chaque proposition devient un point de données : taux de lecture, temps de consultation, sections les plus regardées. Ces indicateurs permettent de planifier les relances avec discernement.

Le prospect n'est plus une boîte noire : la relation redevient lisible, transparente et constructive.



L'étincelle d'origine : un outil né d'un problème vécu

Cuevr n'est pas né d'un brainstorming, mais d'une expérience vécue sur le terrain.

Avant de se lancer dans le SaaS, Gaëlle Boutaud évoluait dans la vente B2B, d'abord chez Infopro Digital puis EDF, où elle a affiné sa compréhension des cycles complexes et des relations commerciales longues.

En 2019, elle cofonde Sales Odyssey, agence spécialisée dans l'acquisition et le développement commercial des entreprises de services. C'est là qu'elle observe une faille récurrente : la phase de proposition.

Les audits successifs de l'agence révèlent le même scénario : qualification imprécise, heures de rédaction sur Word ou PowerPoint, puis le silence du prospect.

En avril 2024, pour résoudre ce blocage, Gaëlle et son équipe conçoivent un prototype interne d'assistant intelligent à la création de propositions.

L'outil, d'abord destiné à un usage maison, améliore immédiatement le taux de closing et réduit drastiquement le temps de production.

L'idée fait son chemin : pourquoi ne pas en faire un service accessible à toutes les PME ? Cuevr prend forme, avec une philosophie claire : privilégier la rigueur métier et la lisibilité à la surenchère technologique.

Cette approche pragmatique reflète la trajectoire de sa fondatrice : une professionnelle du terrain attachée à la clarté, à la méthode et à la mesure.

Active au sein de la communauté Les Meufs du Growth, Gaëlle Boutaud milite pour une performance responsable, où efficacité et bien-être ne s'opposent pas. Elle a d'ailleurs instauré la semaine de quatre jours dans ses structures, convaincue qu'un rythme plus juste conduit à un travail plus lucide.

—

Un développement pensé comme une progression maîtrisée

Cuevr trace une trajectoire claire, bâtie sur des étapes cohérentes plutôt qu'une croissance précipitée.

- **2025-2026 – Phase d'ancrage** : déploiement auprès des premiers clients français et consolidation du produit avec le soutien du **Réseau Entreprendre Atlantique**, de **La French Tech**, de **Digital Bay** et de **la BPI** ;
- **2027 – Phase d'intelligence** : renforcement du moteur d'IA pour analyser les chances de signature et anticiper les freins ;
- **2028 – Phase d'ouverture** : lancement à l'international, d'abord en Espagne puis en Amérique du Nord, deux marchés où la culture de la vente consultative est déjà forte.

Chaque étape poursuit le même but : faire de Cuevr un standard européen de la proposition commerciale, pensé pour durer.





Pour en savoir plus

Site web



Contact presse

 Gaëlle Boutaud

 gaelle@salesodyssey.com

 06 89 33 34 35