

Claude x Pappers via MCP

Le duo intelligence conversationnelle + base d'entreprises françaises pour les commerciaux et marketeurs BtoB. Données légales, financières et stratégiques mobilisables en langage naturel, sans quitter Claude.

Pourquoi ce duo change la prospection BtoB

Le MCP (Model Context Protocol) connecte Claude à Pappers — la base de référence sur les ~10 M d'entités juridiques françaises (entreprises, dirigeants, bénéficiaires effectifs, comptes annuels, décisions de justice, conventions collectives, parlementaires, parcelles cadastrales). Concrètement : **vous interrogez Pappers en langage naturel via Claude, et Claude raisonne sur les données récupérées** — segmentation, scoring, priorisation, rédaction. Vous ne basculez plus entre 4 outils, vous menez la réflexion d'un seul flux. C'est l'inverse de la recherche manuelle SIREN par SIREN.

6 cas d'usage à activer dès demain

① Construire une liste ICP en 2 minutes

Quoi. Générer une short-list d'entreprises qui matchent votre profil idéal (taille, secteur, géographie, santé financière).

Comment. Demander à Claude une recherche multi-critères : NAF, effectifs, CA, tranche d'âge de la société, localisation.

Exemple. « Trouve-moi 30 ETI ESN entre 50 et 250 salariés en Pays de la Loire avec CA > 10 M€ et résultat net positif. »

② Qualifier un compte avant l'appel

Quoi. Avoir en 30 secondes les chiffres clés, dirigeants, évolution récente et signaux faibles avant un call de découverte.

Comment. Pointer une entreprise par SIREN ou nom : Claude assemble fiche juridique + 3 derniers comptes + dirigeants + actualités.

Exemple. « Brief express sur l'entreprise X pour mon RDV de demain : santé financière, dirigeants, points d'attention. »

③ Cartographier un compte stratégique (ABM)

Quoi. Cartographier filiales, dirigeants, bénéficiaires effectifs et liens entre sociétés pour bâtir un plan ABM rigoureux.

Comment. Demander la cartographie d'un groupe : entités liées, dirigeants croisés, ancrage géographique.

Exemple. « Cartographie le groupe Y : entités, dirigeants partagés, filiales actives et inactives. »

④ Détecter des signaux d'achat

Quoi. Repérer des événements qui ouvrent une fenêtre commerciale : levée de fonds, croissance, changement de dirigeant, recrutement clé.

Comment. Suivre des secteurs ou listes via recherches récurrentes : variations CA, effectif, dirigeant, statut.

Exemple. « Liste les SaaS BtoB français qui ont publié leurs comptes 2024 avec une croissance CA > 30 %. »

⑤ Évaluer la solvabilité d'un prospect

Quoi. Avant de signer un gros deal ou de proposer un paiement échelonné, vérifier la solidité financière du client.

Comment. Récupérer comptes annuels (CA, EBE, résultat net, capitaux propres) et historique de modifications statutaires.

Exemple. « Analyse la solvabilité de l'entreprise Z sur 3 ans : marges, fonds propres, alertes éventuelles. »

⑥ Nourrir un compte ABM avec du contenu pertinent

Quoi. Pour le marketeur : produire un message ou contenu hyper-personnalisé adressé à des faits vérifiables et publics.

Comment. Combiner Pappers (faits) + Claude (rédaction) : email, séquence, post LinkedIn ancrés sur la réalité du compte.

Exemple. « Rédige une séquence 3 emails pour le DG de X en exploitant ses 2 dernières actus juridiques et financières. »

Garde-fous & bonnes pratiques méthodistes

Vérifiez avant d'agir. Pappers expose des données publiques officielles, mais une fiche peut être datée de plusieurs mois. Avant un échange à fort enjeu, recouper avec le site corporate ou LinkedIn de la cible.

Le terrain prime sur la data. Pappers vous donne les faits, jamais le contexte. L'écart entre les deux se gagne en découverte, en écoute et en questionnement — pas en requêtes supplémentaires.

RGPD & déontologie. Les dirigeants sont des personnes physiques. Pas de scraping massif, pas de listes revendues, pas d'exploitation hors du périmètre commercial annoncé dans vos mentions légales.

« On ne vend pas mieux en cherchant plus vite. On vend mieux en comprenant plus juste. »

— La méthode Weesifi —