

Le playbook des plugins GTM pour Claude Code

Claude Code x GTM

Comment utiliser ce playbook

Introduction

Partie 1 : comprendre l'écosystème des plugins Claude Code

Partie 2 : installation et configuration complètes

Partie 3 : les 8 plugins Vente

Partie 4 : les 13 plugins Marketing

Partie 5 : les 9 plugins Growth et RevOps

Partie 6 : les 20 orchestrateurs de workflows

Partie 7 : les 6 spécialisations sectorielles

Partie 8 : workflows avancés et combinaisons de plugins

Partie 9 : dépannage et optimisation

Conclusion et prochaines étapes

Claude Code x GTM

70 plugins · 95 agents IA · 55 skills métier · 20 orchestrateurs.

De l'installation à l'exécution : le guide complet, étape par étape.

Ce que vous trouverez dans ce playbook :

- Configuration de la marketplace
- 8 plugins Vente
- 13 plugins Marketing
- 9 plugins Growth et RevOps
- 20 orchestrateurs de workflows
- 6 spécialisations sectorielles

Guide complet, étape par étape, 100 % actionnable.

Comment utiliser ce playbook

Ce guide est conçu pour être lu dans l'ordre lors d'une première lecture, puis utilisé comme référence opérationnelle, section par section, selon vos besoins du moment. Chaque partie est autonome : vous pouvez naviguer directement vers la section qui correspond à votre priorité immédiate.

Parcours recommandés selon votre profil

- **Commercial / SDR** : parties 2 et 3, plus le workflow n°1 (100 leads en 5 minutes). Vous êtes opérationnel en une heure.
- **Responsable marketing** : parties 2 et 4, plus le workflow n°2 (1 mois de contenu en 30 minutes).
- **Head of RevOps** : parties 2, 5 et 6. Vous obtenez une tour de contrôle revenue complète en une journée.
- **Fondateur / CEO** : lisez tout dans l'ordre. Vous obtenez l'équivalent d'une équipe GTM complète.
- **Utilisateur avancé de Claude Code** : partez directement des parties 6, 7 et 8.

Convention de lecture : les commandes entre crochets `[comme ceci]` sont à remplacer par vos valeurs spécifiques. Tout le reste se copie-colle directement dans Claude Code, sans modification.

Introduction

La plupart des utilisateurs de Claude réinventent la roue. Ils construisent tout à la main : leurs prompts, leurs workflows, leurs séquences de prospection. Alors qu'il existe déjà 70 plugins GTM gratuits, 95 agents, 55 skills métier et 20 orchestrateurs, prêts à l'emploi, open source, installables en une commande.

Ce playbook a un seul objectif : vous faire passer de zéro à opérationnel sur l'ensemble de la bibliothèque GTM de Claude Code. Pas de théorie. Pas de vagues promesses. Des commandes exactes, des cas d'usage concrets, des workflows reproductibles.

À l'issue de ce guide, vous serez capable de générer 100 leads qualifiés en 5 minutes, de produire un mois de contenu en 30 minutes, d'auditer votre pipeline en 10 minutes, et d'orchestrer des campagnes multi-agents complètes depuis une seule commande.

Ce que ce playbook couvre en détail

- **L'écosystème complet** : plugins, skills, agents, orchestrateurs · différences et usages.

- **L'installation pas à pas** de Claude Code et de la marketplace GTM.
 - **Les 70 plugins documentés** avec commandes d'installation et exemples d'usage.
 - **Les 20 orchestrateurs** avec un guide d'exécution complet.
 - **3 workflows à haute valeur** avec des résultats attendus chronométrés.
 - **Le dépannage** pour les problèmes les plus courants.
-

Partie 1 : comprendre l'écosystème des plugins Claude Code

Avant d'installer quoi que ce soit, il est essentiel de comprendre la différence entre les quatre types de composants de l'écosystème. Confondre un plugin et un skill est la source numéro un de perte de temps lors de la configuration.

Plugins vs skills vs agents vs orchestrateurs

L'écosystème Claude Code est structuré en couches. Chaque couche apporte un niveau de puissance et de complexité différent. Voici comment les différencier.

Composant	Définition et usage
Plugin	Bundle complet : skills + agents + serveurs MCP + commandes, installé en une seule commande. Exemple : <code>/plugin install sales-prospecting</code> .
Skill	Fichier <code>SKILL.md</code> : instructions spécifiques pour une tâche précise. S'active automatiquement quand Claude détecte une tâche correspondante.
Agent	Instance spécialisée de Claude configurée pour un rôle précis (SDR, CMO, analyste RevOps). Peut enchaîner plusieurs skills en séquence.
Orchestrateur	Workflow multi-agents qui chaîne 5 à 10 agents spécialisés en séquence, pour exécuter des opérations complexes de bout en bout.
Serveur MCP	Pont vers un outil externe (CRM, base de données, API). Permet à Claude d'interagir directement avec vos outils existants.
CLAUDE.md	Mémoire persistante de votre projet. Tout ce que Claude doit savoir sur vous, votre entreprise et vos préférences.

Architecture de la marketplace

La marketplace GTM est un dépôt GitHub public qui référence l'ensemble des plugins disponibles sous forme d'un catalogue JSON. Quand vous ajoutez la marketplace, Claude Code télécharge ce catalogue et le rend disponible, mais aucun plugin n'est chargé en contexte tant que vous n'en installez pas un explicitement. C'est ce qui garantit que vos sessions restent rapides.

Comment fonctionne le chargement des plugins

- **Ajout marketplace** : téléchargement du catalogue JSON uniquement (pas de plugins actifs).
- **Installation plugin** : copie des fichiers skills/agents/MCP dans votre répertoire `.claude/`.
- **Activation** : les skills sont chargés au démarrage de la session suivante (`/reload-plugins` pour forcer).

- **Exécution** : Claude détecte automatiquement la tâche et active le skill correspondant.
- **Scope** : `user` (tous projets), `project` (partage équipe via `.claude/settings.json`), ou `local` (vous seul).

Le fichier **CLAUDE.md** : le cerveau de votre configuration GTM

Le fichier CLAUDE.md est le document le plus important de votre configuration. C'est la mémoire persistante de Claude : il le lit au début de chaque session et s'en sert pour personnaliser toutes ses réponses. Sans un CLAUDE.md bien construit, vos plugins fonctionnent en mode générique. Avec un bon CLAUDE.md, ils fonctionnent dans votre contexte spécifique.

Un CLAUDE.md GTM bien structuré contient six blocs essentiels : l'identité de l'entreprise, le profil client idéal, la proposition de valeur, les règles de comportement, le contexte concurrentiel et les préférences de format. Chaque plugin GTM lit ce fichier en priorité avant d'exécuter quoi que ce soit.

Les 6 blocs essentiels d'un **CLAUDE.md** GTM performant

- **IDENTITÉ** : nom, secteur, taille, chiffre d'affaires, marché, stade de développement de l'entreprise.
- **ICP** : secteur cible, taille d'entreprise, rôle du contact, géographie, signaux d'achat.
- **PROPOSITION DE VALEUR** : problème résolu, bénéfice principal, différenciateur clé, ROI type.
- **RÈGLES DE COMPORTEMENT** : ton, longueur des emails, nombre de CTA, ce qu'il faut éviter absolument.
- **CONTEXTE CONCURRENTIEL** : principaux concurrents, vos avantages, leurs faiblesses, battle cards.
- **PRÉFÉRENCES DE FORMAT** : langue (FR/EN), niveau de langage, format de sortie préféré.

Structure recommandée d'un CLAUDE.md GTM

```
# Mon Entreprise – Configuration Claude Code GTM

## Identité de l'entreprise

Entreprise : [NOM] | Secteur : [SECTEUR] | Taille : [X] employés
CA cible : [X]M EUR | Marché : [GEOGRAPHIE]

## ICP (Ideal Customer Profile)

Secteur cible : [ex : SaaS B2B, services financiers]
Taille entreprise : [ex : 50–500 salariés]
Titre du contact : [ex : Directeur Commercial, Head of Growth]
Zone géographique : [ex : France, DACH, Benelux]
Signaux d'achat : [ex : levée de fonds, recrutement commercial]

## Proposition de valeur

Problème résolu : [description précise en 2 lignes]
Bénéfice principal : [résultat quantifié]
Différenciateur clé : [ce qui nous distingue]

## Règles de comportement

- Adapter le niveau de langage aux communications
- Ton : professionnel mais direct, jamais corporate
- Ne jamais pitcher avant d'avoir compris le problème
- Chaque email : 80 mots maximum, un seul CTA
```

À noter : à vous d'ajuster les règles de comportement à votre marque. Une règle de ton claire dans le CLAUDE.md conditionne la qualité de tout ce que les plugins produisent ensuite.

Partie 2 : installation et configuration complètes

Voici le guide d'installation complet, étape par étape. Comptez 15 à 20 minutes pour une configuration initiale complète. Chaque commande est documentée avec ce qu'elle fait et ce que vous devez voir en retour.

Prérequis : installer Claude Code

Claude Code est un outil en ligne de commande. Il nécessite Node.js et un abonnement Claude Pro ou Team. Voici comment l'installer selon votre système.

Étape 1 : installer Node.js (si ce n'est pas déjà fait). Téléchargez Node.js version 18 ou supérieure depuis nodejs.org. Vérifiez l'installation en exécutant la commande suivante. Vous devez voir un numéro de version s'afficher (par exemple v20.11.0).

```
node --version
npm --version
```

Étape 2 : installer Claude Code via npm. Claude Code s'installe globalement via npm. L'option `-g` l'installe pour tous vos projets. Après installation, vérifiez que la commande `claude` est disponible.

```
npm install -g @anthropic-ai/claude-code
claude --version
# Attendu : Claude Code v1.x.x ou supérieur
```

Étape 3 : authentification et premier lancement. Lancez Claude Code dans un terminal. Il vous demandera de vous authentifier avec votre compte Anthropic. Suivez le lien affiché dans le terminal.

```
claude
# Ouvre le navigateur pour l'authentification
# Connectez-vous avec votre compte
# Retournez dans le terminal : vous êtes prêt
```

Ajouter la marketplace GTM en 3 commandes

La marketplace GTM (`gtmagents/gtm-agents`) est le dépôt central qui contient les 70 plugins documentés dans ce playbook. L'ajout de la marketplace ne charge rien en contexte : c'est simplement un catalogue.

Étape 1 : créer votre dossier de projet GTM. Créez un dossier dédié pour votre workspace GTM. Claude Code fonctionne dans le contexte du dossier où vous le lancez.

```
mkdir mon-projet-gtm
cd mon-projet-gtm
claude
# Claude Code se lance dans ce dossier
```

Étape 2 : ajouter la marketplace GTM principale. Dans l'interface de Claude Code, tapez la commande suivante. Claude Code téléchargera le catalogue et confirmera l'ajout avec le nombre de plugins disponibles.

```
/plugin marketplace add gtmagents/gtm-agents
# Attendu : Marketplace added. 70 plugins available.

# Ajouter également la marketplace officielle Anthropic :
/plugin marketplace add anthropics/claude-plugins-official
# Attendu : Marketplace added. XX plugins available.
```

Étape 3 : explorer le catalogue disponible. Ouvrez l'interface de gestion des plugins. Naviguez avec Tab entre les onglets Discover, Installed, Updates, Errors.

```
/plugin
# Ouvre l'interface de gestion des plugins
# Onglet 'Discover' : tous les plugins disponibles par catégorie
# Appuyez sur Entrée sur un plugin pour voir les détails et
  l'installer
```

Configurer votre projet GTM : les 3 fichiers essentiels

La marketplace GTM utilise une architecture de fichiers spécifique qui permet aux plugins de se personnaliser automatiquement à votre contexte. Ces trois fichiers sont à créer une seule fois, puis les plugins les lisent automatiquement.

Les 3 fichiers de configuration GTM

- **CLAUDE.md** · intelligence centrale : votre ICP, votre positionnement, vos règles de comportement. Lu par tous les plugins.
- **Brand.md** · ADN de marque : positionnement, messages clés, ton, personnalité, exemples de contenu validé.
- **S01.md** (ou ICP.md) · profil client idéal détaillé : critères de qualification, signaux d'achat, personas, objections types.

Étape 1 : créer Brand.md (votre positionnement de marque). Ce fichier définit qui vous êtes, ce que vous faites et comment vous communiquez. Les plugins marketing et vente le lisent systématiquement avant de générer du contenu.


```
# Brand.md

## Nom et description

[Nom de l'entreprise] - [Description en 1 phrase]

## Positionnement

Pour : [audience cible]
Qui : [problème qu'ils ont]
Notre solution est : [votre offre]
Contrairement à : [alternative existante]
Notre avantage : [différence clé]

## Ton de communication

- Direct sans être agressif
- Orienté résultats et chiffres
- Exemples concrets plutôt que promesses vagues

## Messages clés (à utiliser dans tout le contenu)

1. [Message clé 1]
2. [Message clé 2]
3. [Message clé 3]

## Exemples de formulations validées

- [Formulation que vous aimez]
- [Accroche qui a bien fonctionné]
```

Étape 2 : créer S01.md (votre ICP détaillé). Ce fichier définit votre client idéal avec une précision chirurgicale. Plus il est détaillé, plus les agents de prospection et de qualification seront performants.

```
# S01.md – Ideal Customer Profile

## Entreprise cible

Secteur : [ex : SaaS B2B, e-commerce, services financiers]
CA annuel : [ex : 1M – 20M EUR]
Effectif : [ex : 20 – 200 employés]
Technologie : [ex : utilise HubSpot, Salesforce]
Stade : [ex : Series A, croissance rapide]

## Contact cible

Titres prioritaires : [ex : Head of Sales, VP Growth, Directeur Commercial]
Titres secondaires : [ex : CMO, CEO en early stage]
Ancienneté minimum : [ex : 6 mois dans le poste]

## Signaux d'achat (priorité haute)

- Levée de fonds dans les 6 derniers mois
- Recrutement de commerciaux ou de growth
- Nouveau directeur commercial ou CRO
- Expansion géographique annoncée

## Critères d'exclusion

- Moins de [X] employés
- Secteur : [secteurs exclus]
- Concurrent direct : [liste]
```

Étape 3 : vérifier la configuration et recharger. Une fois vos fichiers créés, rechargez les plugins pour que Claude prenne en compte votre configuration. Vérifiez le compte de plugins actifs.

```
/reload-plugins
# Attendu : X plugins loaded, Y skills active, Z agents ready

# Vérifier que vos fichiers sont bien lus :
"Lis mon CLAUDE.md et résume les informations clés de mon ICP"
# Claude doit résumer votre contexte avec précision
```

Partie 3 : les 8 plugins Vente

Ces 8 plugins couvrent l'intégralité du cycle de vente B2B : de la prospection au closing, en passant par le coaching, la gestion de comptes et les opérations commerciales. Chaque plugin contient entre 3 et 7 skills spécialisés.

sales-prospecting

Prospection et génération de leads qualifiés.

```
/plugin install sales-prospecting
```

Skills inclus : cold-outreach, lead-research, sequence-builder, account-research, trigger-detection (5 skills).

sales-pipeline

Gestion et santé du pipeline commercial.

```
/plugin install sales-pipeline
```

Skills inclus : pipeline-audit, coverage-analysis, deal-inspection, forecast-builder, stale-deal-recovery (5 skills).

sales-enablement

Outils et ressources pour l'équipe commerciale.

```
/plugin install sales-enablement
```

Skills inclus : playbook-builder, battle-card-creator, objection-library, launch-plan, reinforcement-program (5 skills).

sales-coaching

Coaching et développement des commerciaux.

```
/plugin install sales-coaching
```

Skills inclus : call-review, coaching-plan, cohort-analysis, skill-gap-assessment, roleplay-simulator (5 skills).

account-management

Gestion et expansion des comptes existants.

```
/plugin install account-management
```

Skills inclus : success-plan, qbr-builder, expansion-signal, renewal-playbook, health-score (5 skills).

sales-enterprise

Vente entreprise et grands comptes.

```
/plugin install sales-enterprise
```

Skills inclus : pursuit-orchestration, value-story, stakeholder-map, procurement-guide, rfi-rfp-responder (5 skills).

sales-calls

Préparation et analyse des appels commerciaux.

```
/plugin install sales-calls
```

Skills inclus : call-brief, live-prompts, call-analysis, next-steps-generator, transcript-summarizer (5 skills).

revops-commercial

Opérations et performance commerciale.

```
/plugin install revops-commercial
```

Skills inclus : territory-design, capacity-planning, comp-governance, quota-setting, rev-forecasting (5 skills).

Installation groupée : tous les plugins vente en une commande

```
/plugin install sales-prospecting  
/plugin install sales-pipeline  
/plugin install sales-enablement  
/plugin install sales-coaching  
/plugin install account-management  
/plugin install sales-enterprise  
/plugin install sales-calls  
/plugin install revops-commercial  
/reload-plugins  
# 8 plugins vente actifs, 40+ skills chargés
```

Exemples de commandes pour les plugins vente

Une fois les plugins installés, voici comment les utiliser. Les skills s'activent automatiquement : décrivez simplement votre besoin en langage naturel.

sales-prospecting : générer 100 leads en 5 minutes.

```
/sales-prospecting:build-sequence --industry saas --persona "VP  
Sales" --trigger funding  
# Génère : liste de 100 prospects qualifiés + séquence multi-touch  
personnalisée  
# Inclut : email J0, relance J3, J7, breakup J14 pour chaque  
prospect
```

sales-pipeline : audit pipeline en 10 minutes.

```
/sales-pipeline:pipeline-audit --period Q2 --rep all  
# Génère : rapport santé pipeline, deals dormants, deals à risque  
# Inclut : prévision réaliste, actions prioritaires par commercial
```

sales-calls : brief avant un appel.

```
/sales-calls:call-brief --prospect "Entreprise XYZ" --contact  
"Jean Dupont, CDO"  
# Génère : contexte entreprise, enjeux probables, questions de  
découverte  
# Inclut : signaux d'achat détectés, angle d'approche recommandé
```

sales-coaching : roleplay et préparation aux objections.

```
/sales-coaching:roleplay-simulator --objection "trop cher" --  
stage negotiation  
# Simule : prospect difficile avec objections réalistes montant en  
pression  
# Fournit : feedback détaillé après chaque échange
```

Partie 4 : les 13 plugins Marketing

Ces 13 plugins couvrent l'ensemble de la fonction marketing : création de contenu, email, SEO, paid media, social, brand, PR, événements, vidéo, analytics et research. Ensemble, ils permettent de produire un mois de contenu en 30 minutes.

content-marketing

Création de contenu et pipeline éditorial.

```
/plugin install content-marketing
```

Skills inclus : content-calendar, blog-writer, social-snippets, distribution-strategy, repurposing (6 skills).

email-marketing

Campagnes email et séquences automatisées.

```
/plugin install email-marketing
```

Skills inclus : campaign-builder, sequence-generator, subject-optimizer, ab-tester (4 skills).

social-media-marketing

Gestion et stratégie des réseaux sociaux.

```
/plugin install social-media-marketing
```

Skills inclus : linkedin-content, twitter-strategy, content-calendar-social, engagement-playbook (4 skills).

seo

SEO et visibilité dans les moteurs de recherche et les IA.

```
/plugin install seo
```

Skills inclus : seo-audit, keyword-research, content-brief, ai-seo, site-architecture (5 skills).

paid-media

Publicité payante et optimisation des campagnes.

```
/plugin install paid-media
```

Skills inclus : ad-creative, campaign-structure, budget-optimizer, landing-page-cro, reporting (5 skills).

product-marketing

Positionnement, lancement et messaging produit.

```
/plugin install product-marketing
```

Skills inclus : launch-plan, messaging-framework, competitive-positioning, sales-enablement-content (4 skills).

brand-strategy

Identité de marque et stratégie de communication.

```
/plugin install brand-strategy
```

Skills inclus : brand-audit, voice-guide, visual-identity-brief, brand-story (4 skills).

pr-communications

Relations presse et communication externe.

```
/plugin install pr-communications
```

Skills inclus : press-release, media-pitch, spokesperson-prep, crisis-comms (4 skills).

events-marketing

Planification et exécution d'événements.

```
/plugin install events-marketing
```

Skills inclus : event-plan, speaker-outreach, pre-event-content, post-event-nurture (4 skills).

video-marketing

Stratégie et production de contenu vidéo.

```
/plugin install video-marketing
```

Skills inclus : video-brief, script-writer, youtube-strategy, thumbnail-concepts (4 skills).

design-creative

Direction artistique et briefs créatifs.

```
/plugin install design-creative
```

Skills inclus : creative-brief, design-audit, asset-library, brand-guidelines (4 skills).

analytics-marketing

Analyse des performances marketing.

```
/plugin install analytics-marketing
```

Skills inclus : dashboard-builder, attribution-model, cohort-analysis, reporting-automation (4 skills).

market-research

Veille et recherche de marché.

```
/plugin install market-research
```

Skills inclus : competitor-analysis, trend-report, customer-interview, market-sizing (4 skills).

Workflow phare : 1 mois de contenu en 30 minutes

```
# Étape 1 : générer le calendrier éditorial mensuel (5 min)
/content-marketing:content-calendar --month next --audience "VP
Sales" --topics 4
# 4 sujets de fond + 20 posts sociaux + 2 newsletters

# Étape 2 : rédiger les articles de fond (15 min)
/content-marketing:blog-writer --topic "[Sujet 1]" --length 1200
--cta demo
# Article complet avec intro, corps, conclusion, CTA intégré

# Étape 3 : dériver les assets sociaux (5 min)
/content-marketing:repurposing --source blog-article --channels
linkedin,twitter,newsletter
# 5 posts LinkedIn + 3 threads Twitter + 1 section newsletter

# Étape 4 : optimiser pour le SEO et l'IA (5 min)
/seo:ai-seo --content article.md --target-keyword "[mot-clé]"
# Suggestions d'optimisation pour Google AI Mode, Perplexity,
ChatGPT
```

Partie 5 : les 9 plugins Growth et RevOps

Ces 9 plugins constituent la tour de contrôle revenue de votre organisation. Ils couvrent la croissance expérimentale, le succès client, l'analyse des revenus, la prévention du churn, le pricing et l'intelligence concurrentielle.

growth-experiments

Design et suivi des expériences de croissance.

```
/plugin install growth-experiments
```

Skills inclus : experiment-design, hypothesis-builder, ab-test-analyzer, growth-model (4 skills).

customer-success

Santé client et prévention du churn.

```
/plugin install customer-success
```

Skills inclus : health-score, onboarding-audit, expansion-signal, churn-interview, qbr-prep (5 skills).

revenue-analytics

Analyse de performance revenue et forecasting.

```
/plugin install revenue-analytics
```

Skills inclus : rev-dashboard, cohort-analysis, pipeline-velocity, forecast-model (4 skills).

churn-prediction

Prédiction et prévention du churn.

```
/plugin install churn-prediction
```

Skills inclus : churn-model, at-risk-accounts, save-playbook, win-back-sequence (4 skills).

pricing-strategy

Stratégie tarifaire et optimisation des packages.

```
/plugin install pricing-strategy
```

Skills inclus : pricing-audit, value-metric, packaging-design, competitive-pricing (4 skills).

product-led-growth

Croissance tirée par le produit.

```
/plugin install product-led-growth
```

Skills inclus : plg-model, activation-funnel, feature-adoption, viral-loop, pql-scoring (5 skills).

competitive-intelligence

Veille et intelligence concurrentielle.

```
/plugin install competitive-intelligence
```

Skills inclus : competitor-monitor, battle-card, win-loss-analysis, market-positioning (4 skills).

partnerships

Développement de partenariats et d'écosystèmes.

```
/plugin install partnerships
```

Skills inclus : partner-identification, partnership-proposal, co-marketing, partner-enablement (4 skills).

revops-automation

Automatisation des opérations revenue.

```
/plugin install revops-automation
```

Skills inclus : workflow-builder, data-quality, crm-hygiene, reporting-automation (4 skills).

Exemple : tour de contrôle revenue sans data analyst

```
# Analyser le churn et identifier les comptes à risque
/churn-prediction:at-risk-accounts --threshold 0.7 --period 90days
# Liste des comptes avec score de risque et raisons principales

# Générer le rapport de performance revenue
/revenue-analytics:rev-dashboard --period Q2 --breakdown
    segment,channel,rep
# Dashboard avec ARR, NRR, churn rate, expansion revenue, forecast

# Optimiser le pricing selon les données actuelles
/pricing-strategy:pricing-audit --current-plans [plans] --
    competitors [liste]
# Recommandations tarifaires basées sur la valeur et le marché
```

Partie 6 : les 20 orchestrateurs de workflows

Les orchestrateurs sont la couche la plus puissante de l'écosystème. Chaque orchestrateur enchaîne automatiquement 5 à 10 agents spécialisés en séquence, exécutant des opérations complexes de bout en bout depuis une seule commande.

Comprendre les orchestrateurs multi-agents

Quand vous lancez un orchestrateur, Claude Code ne mobilise pas un seul agent : il en crée plusieurs, chacun spécialisé dans une phase du workflow, qui se passent le contexte de l'un à l'autre. C'est ce qui permet d'exécuter en quelques minutes des workflows qui prendraient des heures manuellement.

Comment fonctionne un orchestrateur (exemple : campaign-orchestrator)

- **Agent 1 : Stratège contenu** · définit les thèmes, angles et objectifs de la campagne.
- **Agent 2 : Chercheur** · collecte les données de marché, tendances, exemples concurrents.
- **Agent 3 : Rédacteur** · produit les contenus (articles, emails, posts) selon le brief.
- **Agent 4 : SEO specialist** · optimise chaque contenu pour la visibilité organique et l'IA.
- **Agent 5 : Social media manager** · dérive les assets sociaux et le calendrier de publication.
- **Agent 6 : Email marketer** · construit les séquences email liées à la campagne.

- **Agent 7 : Analytics setup** · configure le tracking et les KPI de la campagne.
- **Agent 8 : Rapport final** · compile toutes les sorties dans un document actionnable.

Les 20 orchestrateurs documentés

Orchestrateur	Description et flux
campaign-orchestrator	Campagne marketing complète de bout en bout. Flux : Stratégie · Contenu · SEO · Social · Email · Analytics (8 agents).
content-orchestrator	Pipeline de production de contenu. Flux : Brief · Recherche · Rédaction · Optimisation · Distribution · Reporting.
lead-generation-orchestrator	Génération de leads qualifiés à grande échelle. Flux : ICP · Sources · Extraction · Enrichissement · Scoring · Séquences d'approche.
product-launch-orchestrator	Lancement produit multi-canal complet. Flux : Positionnement · Messaging · Assets · PR · Social · Activation · Suivi.
account-based-marketing-orchestrator	Campagne ABM pour comptes cibles. Flux : Sélection comptes · Recherche · Contenu personnalisé · Multi-touch · Mesure.
event-orchestrator	Planification et exécution d'événements. Flux : Concept · Programme · Speakers · Promotion · Logistique · Post-event.
partnership-orchestrator	Développement de partenariats stratégiques. Flux : Identification · Qualification · Approche · Proposition · Onboarding · Co-marketing.
revenue-operations-orchestrator	Audit et optimisation RevOps complet. Flux : Pipeline audit · Process mapping · Tech stack · Reporting · Recommandations.
executive-reporting-orchestrator	Rapport exécutif mensuel ou trimestriel. Flux : Data collection · Analyse · Insights · Visualisations · Présentation · Distribution.
forecasting-orchestrator	Prévision de revenus basée sur les données et l'IA. Flux : Pipeline scan · Historical analysis · Market signals · Scenarios · Forecast final.
competitive-intelligence-orchestrator	Veille concurrentielle systématique. Flux : Competitor mapping · Product tracking · Pricing monitor · Win/loss · Battle cards.

Orchestrateur	Description et flux
customer-journey-orchestrator	Cartographie et optimisation du parcours client. Flux : Touchpoints audit · Friction detection · Optimization · Testing · Measurement.
sales-enablement-orchestrator	Création de ressources d'enablement complètes. Flux : Needs assessment · Content creation · Training · Coaching · Performance tracking.
demand-gen-orchestrator	Génération de demande multi-canal. Flux : ICP · Channels · Content · Paid · SEO · Social · Lead nurture · Pipeline.
churn-prevention-orchestrator	Programme de prévention du churn. Flux : At-risk detection · Root cause · Intervention · Save plays · Win-back · Reporting.
pricing-optimization-orchestrator	Optimisation stratégique du pricing. Flux : Market analysis · Value metric · Competitor pricing · Package design · Testing · Rollout.
hiring-gtm-orchestrator	Recrutement et onboarding des équipes GTM. Flux : Role definition · JD creation · Sourcing · Interview process · Onboarding plan.
analyst-relations-orchestrator	Relations analystes et leadership éditorial. Flux : Analyst mapping · Briefings · Reports · Positioning · Influence tracking.
community-orchestrator	Construction et animation de communauté. Flux : Strategy · Platform · Content · Events · Members · Metrics · Growth.
international-expansion-orchestrator	Expansion sur un nouveau marché. Flux : Market research · Localization · GTM local · Partners · Launch · Optimization.

Guide d'exécution d'un orchestrateur complet

Voici comment exécuter le campaign-orchestrator, l'orchestrateur le plus couramment utilisé, de A à Z.

Étape 1 : préparer votre brief de campagne. Avant de lancer l'orchestrateur, préparez un brief concis qui lui donnera le contexte nécessaire. Plus le brief est précis, plus les sorties seront pertinentes.

Objectif : [ex : générer 50 démos qualifiées pour notre produit X]
Audience : [ex : Directeurs Commerciaux, SaaS B2B, 50-500 employés]
Durée : [ex : 4 semaines]
Canaux prioritaires : [ex : LinkedIn, Email, Blog]
Budget marketing : [ex : 2000 EUR paid media]
Message central : [ex : réduire le temps de prospection de 70 %]
CTA : [ex : réserver une démo de 30 minutes]

Étape 2 : lancer l'orchestrateur. Lancez l'orchestrateur avec votre brief. Claude Code va automatiquement enchaîner les agents dans le bon ordre. Ne l'interrompez pas : laissez-le terminer chaque phase.

```
/campaign-orchestrator:run --brief "[votre brief]" --duration 4weeks  
# Phase 1/8 : Stratège contenu analyse votre brief...  
# Phase 2/8 : Chercheur collecte les données marché...  
# Phase 3/8 : Rédacteur produit les contenus...  
# [Continue automatiquement jusqu'à la Phase 8]  
# Rapport final généré dans /outputs/campaign-[date]/
```

Étape 3 : réviser et adapter les sorties. Une fois l'orchestrateur terminé, vous avez un dossier complet avec tous les assets. Révisez chaque section, ajustez ce qui ne correspond pas à votre voix, et lancez.

Partie 7 : les 6 spécialisations sectorielles

Ces modules sectoriels ajoutent une couche d'expertise spécifique à votre industrie : règles de conformité, positionnement adapté, canaux pertinents et cas d'usage spécifiques à votre secteur. Ils s'activent par-dessus les plugins génériques.

B2B SaaS

- **Focus sectoriel :** PLG, freemium, trial conversion, expansion revenue, churn SaaS. Métriques : ARR, NRR, CAC, LTV, Payback Period.
- **Features incluses :** playbooks SaaS, PLG scoring, workflows trial-to-paid, NRR optimization, churn early signals.
- **Installation :**


```
/plugin install b2b-saas
```

E-commerce

- **Focus sectoriel** : acquisition, panier abandonné, rétention, LTV, saisonnalité. Métriques : ROAS, CPA, AOV, repeat purchase rate.
- **Features includes** : cart recovery sequences, loyalty programs, seasonal campaigns, product description optimization.
- **Installation** :

```
/plugin install e-commerce
```

Services financiers

- **Focus sectoriel** : conformité RGPD, MIF2, DSP2. Acquisition patrimoniale, upsell produits, régulation. Communication strictement encadrée.
- **Features includes** : compliant messaging, regulatory content review, lead qualification spécifique finance.
- **Installation** :

```
/plugin install financial-services
```

Santé

- **Focus sectoriel** : conformité HDS, RGPD santé. Communication aux professionnels de santé, dossiers de remboursement, KOL.
- **Features includes** : medical-grade content, HCP outreach, compliance checker, clinical evidence summaries.
- **Installation** :

```
/plugin install sante-sante
```

Industrie

- **Focus sectoriel** : cycles de vente longs, multi-interlocuteurs, appels d'offres, spécifications techniques. ROI industriel.
- **Features includes** : technical spec writer, AO responder, industrial ROI calculator, multi-stakeholder mapping.
- **Installation** :

```
/plugin install industrie
```

Edtech

- **Focus sectoriel** : acquisition étudiants/entreprises, taux de complétion, placement. B2B et B2C spécifique formation.
- **Features incluses** : student acquisition, corporate training pitch, completion rate optimization, alumni engagement.
- **Installation** :

```
/plugin install edtech
```

Partie 8 : workflows avancés et combinaisons de plugins

Cette section documente les 3 workflows les plus puissants que vous pouvez exécuter immédiatement. Chaque workflow combine plusieurs plugins pour produire un résultat spécifique et mesurable.

Workflow n°1 : 100 leads qualifiés en 5 minutes

Ce workflow combine sales-prospecting et market-research pour extraire, qualifier et enrichir 100 leads depuis une seule commande. Résultat : liste exportable avec emails, scores ICP, signaux d'achat et message personnalisé.

Étape 1 : définir votre cible de recherche. Commencez par spécifier votre cible avec les critères de l'ICP. Plus vous êtes précis, plus les leads seront qualifiés.

```
"Trouve-moi 100 directeurs commerciaux dans des SaaS B2B français de 50 à 500 employés qui ont levé des fonds dans les 12 derniers mois"
```

Étape 2 : lancer la recherche avec sales-prospecting. Le plugin lance une recherche multi-sources : LinkedIn, bases publiques, signaux de financement.

```
/sales-prospecting:lead-research --count 100 --icp-file S01.md --signals funding,hiring
```

Étape 3 : enrichir et scorer les leads. Pour chaque lead trouvé, le plugin enrichit les données et calcule un score ICP.

```
/sales-prospecting:account-research --leads output/leads-raw.csv --enrich --score
```

Étape 4 : générer les séquences personnalisées. Pour chaque lead, générez une séquence de 4 emails personnalisés selon son contexte.

```
/sales-prospecting:sequence-builder --leads output/leads-scored.csv --template multi-touch
```

Étape 5 : exporter vers votre outil d'outbound. Le fichier final est structuré pour un import direct dans Lemlist, Waalaxy, Instantly ou HubSpot.

```
/sales-prospecting:export --format lemlist --output output/campaign-ready.csv
```

Workflow n°2 : 1 mois de contenu en 30 minutes

Ce workflow orchestrerait normalement 3 semaines de travail : calendrier éditorial, articles, posts LinkedIn, newsletter, emails. En combinant content-marketing, seo et social-media-marketing, tout est généré en séquence.

Étape 1 : générer le calendrier éditorial mensuel (5 min). Définissez votre audience, vos thèmes et la fréquence de publication souhaitée.

```
/content-marketing:content-calendar --month next --pillar-topics 4 --audience-file S01.md
```

Étape 2 : rédiger les 4 articles de fond (15 min). Pour chaque sujet du calendrier, générez un article complet optimisé.

```
/content-marketing:blog-writer --calendar output/calendar.md --seo-optimize --brand-voice Brand.md
```

Étape 3 : dériver les posts sociaux (5 min). Depuis chaque article, dérivez 5 formats courts pour LinkedIn et Twitter.

```
/content-marketing:repurposing --source output/articles/ --channels linkedin,twitter --count 5-per-article
```

Étape 4 : construire la newsletter mensuelle (3 min). Agrégez les meilleurs éléments du mois en une newsletter engageante.

```
/email-marketing:campaign-builder --type newsletter --source output/articles/ --cta demo
```

Étape 5 : optimiser pour l'IA et le SEO (2 min). Passez chaque article par le module SEO IA pour maximiser les citations.

```
/seo:ai-seo --content output/articles/ --engines  
chatgpt,perplexity,google-ai
```

Workflow n°3 : audit pipeline complet en 10 minutes

Étape 1 : exporter votre CRM en CSV. Exportez depuis HubSpot, Salesforce ou Pipedrive : tous les deals ouverts avec stage, montant, dernier contact, commercial responsable.

Étape 2 : lancer l'audit pipeline. Le plugin analyse chaque deal et produit un diagnostic complet.

```
/sales-pipeline:pipeline-audit --source crm-export.csv --period  
current-quarter
```

Étape 3 : identifier les deals à risque. Obtenez la liste des deals nécessitant une action immédiate avec le plan d'action pour chacun.

```
/sales-pipeline:deal-inspection --filter at-risk --action-plan --  
deadline 7days
```

Étape 4 : générer la prévision réaliste. Obtenez une prévision pondérée probabilistiquement : pas l'optimisme commercial classique.

```
/sales-pipeline:forecast-builder --method probabilistic --period  
end-of-quarter
```

Partie 9 : dépannage et optimisation

Les problèmes les plus courants et leurs solutions, pour que votre configuration fonctionne sans friction.

Problème : plugin introuvable après installation

- Exécuter `/reload-plugins` dans Claude Code.
- Vérifier que le plugin est bien installé : `/plugin` (onglet Installed).
- Si le cache est corrompu : `rm -rf ~/.claude/plugins/cache` puis relancer Claude Code.
- Réinstaller le plugin : `/plugin install [nom-du-plugin]`.

Problème : skills qui ne s'activent pas automatiquement

- Vérifier le CLAUDE.md : les skills ont besoin de contexte pour s'activer.
- Invoquer le skill directement avec `/[plugin]:[skill-name]`.

- Vérifier les erreurs dans `/plugin` (onglet Errors).
- S'assurer que le plugin est installé en scope user ou project (pas managed).

Problème : sorties génériques non personnalisées

- Vérifier que Brand.md et S01.md sont bien remplis et dans le dossier projet.
- Relancer Claude Code depuis le dossier projet (pas un sous-dossier).
- Demander à Claude : « Lis mon CLAUDE.md et dis-moi ce que tu sais de mon entreprise ».
- Si vide : ajouter explicitement dans CLAUDE.md les informations manquantes.

Problème : marketplace non accessible

- Vérifier la connexion internet et que GitHub est accessible.
- Re-ajouter la marketplace : `/plugin marketplace add gtmagents/gtmagents`.
- Vérifier la liste des marketplaces actives : `/plugin marketplace list`.
- En cas de problème persistant : supprimer et re-ajouter la marketplace.

Problème : orchestrateur qui s'arrête en milieu d'exécution

- Les orchestrateurs longs peuvent dépasser le contexte : relancez depuis la dernière phase.
- Utilisez `/[orchestrator]: resume` si disponible pour reprendre depuis un checkpoint.
- Découpez les grandes campagnes en sous-tâches (par exemple : lancer par section).
- Assurez-vous d'avoir Claude Code Pro (contexte étendu recommandé).

Commandes de maintenance essentielles

```
# Lister tous les plugins installés
/plugin marketplace list

# Recharger tous les plugins
/reload-plugins

# Vider le cache des plugins
rm -rf ~/.claude/plugins/cache

# Mettre à jour tous les plugins d'une marketplace
/plugin marketplace update gtmagents/gtm-agents

# Vérifier les erreurs de plugins
/plugin # puis aller dans l'onglet Errors

# Voir le scope d'installation d'un plugin
/plugin # onglet Installed -> voir User/Project/Local/Managed
```

Bonnes pratiques pour des performances optimales

Au-delà du dépannage, voici les habitudes qui font la différence entre une configuration GTM qui fonctionne bien et une configuration qui fonctionne de manière exceptionnelle.

Les 8 règles d'or d'une configuration GTM Claude Code performante

- **Maintenez CLAUDE.md à jour** : mettez-le à jour à chaque changement de positionnement, d'ICP ou d'offre.
- **Un plugin à la fois** : installez, testez et maîtrisez un plugin avant d'en ajouter un autre.
- **Nommez vos sessions** : commencez chaque session par « Je vais [objectif] » pour que Claude contextualise.
- **Sauvegardez vos sorties** : créez un dossier `/outputs/` et demandez à Claude d'y sauvegarder les résultats.
- **Versionnez vos fichiers de config** : utilisez Git pour tracker les évolutions de CLAUDE.md et Brand.md.
- **Partagez en scope project** : pour une équipe, installez toujours en scope project, jamais user seul.
- **Feedbackez les sorties** : dites « Ce message a généré 30 % de réponse, intégre cet angle dans tes prochaines sorties ».
- **Auditez mensuellement** : revoyez vos plugins installés, désactivez ceux inutilisés, mettez à jour les actifs.

Lexique rapide des commandes Claude Code GTM

Référence rapide des commandes les plus utilisées au quotidien.

Commande	Description
<code>/plugin</code>	Ouvre l'interface de gestion des plugins (Discover, Installed, Errors).
<code>/plugin install [nom]</code>	Installe un plugin depuis la marketplace active.
<code>/plugin marketplace add [depot]</code>	Ajoute une nouvelle marketplace de plugins.
<code>/plugin marketplace update [depot]</code>	Met à jour tous les plugins d'une marketplace.
<code>/reload-plugins</code>	Force le rechargement de tous les plugins sans relancer Claude Code.
<code>/[plugin]:[skill] [options]</code>	Invoke directement un skill spécifique avec ses options.
<code>/[orchestrator]:run --brief [...]</code>	Lance un orchestrateur avec un brief en paramètre.
<code>/[orchestrator]:resume</code>	Reprend un orchestrateur depuis son dernier checkpoint.
<code>claude --version</code>	Vérifie la version de Claude Code installée.
<code>claude --dangerously-skip-permissions</code>	Mode sans confirmation (projets de confiance uniquement).

Conclusion et prochaines étapes

Vous avez maintenant entre les mains la documentation complète des 70 plugins GTM pour Claude Code. Ce n'est pas un guide théorique : c'est une infrastructure opérationnelle que vous pouvez déployer aujourd'hui.

La clé : implémentez progressivement. Ne tentez pas d'installer les 70 plugins d'un coup. Commencez par le workflow qui résout votre problème le plus urgent, maîtrisez-le complètement, puis étendez.

La vraie question n'est pas « est-ce que je dois utiliser ces plugins ? ». C'est : combien de temps et d'argent continuez-vous à dépenser pour faire à la main ce que ces plugins font en quelques secondes ? Chaque jour sans cette configuration, c'est un avantage concurrentiel offert à vos concurrents.

Plan de déploiement recommandé en 4 semaines

- **Semaine 1** : installation et configuration (CLAUDE.md, Brand.md, S01.md) + 3 plugins vente prioritaires.
- **Semaine 2** : workflow prospection (sales-prospecting + lead-generation-orchestrator). Objectif : 100 leads/semaine.
- **Semaine 3** : stack marketing (content-marketing + seo + social). Objectif : 1 mois de contenu produit.
- **Semaine 4** : RevOps (revenue-analytics + pipeline + forecasting) + premier orchestrateur campagne complet.
- **Mois 2 et suivants** : spécialisation sectorielle + plugins avancés + création de vos propres workflows custom.

Les métriques à suivre pour mesurer l'impact

Indicateur	Avant plugins	Avec GTM Plugins
Temps prospection / semaine	15-20h	2-3h (-85 %)
Leads qualifiés / semaine	20-30	80-120 (+300 %)
Taux de réponse outbound	3-5 %	8-15 % (personnalisation)
Temps production contenu / mois	40-60h	4-6h (-90 %)
Temps audit pipeline	3-4h	15-20 min (-90 %)
Couverture pipeline documentée	30-40 %	90-100 % (systématique)
Séquences email personnalisées / jour	3-5	50-100 (automatisé)
Rapports RevOps / mois	1-2 (manuels)	Illimités (automatiques)

Questions fréquentes

Ces plugins sont-ils vraiment gratuits ?

Oui. La marketplace `gtmagents/gtm-agents` est open source et gratuite. Le seul coût est votre abonnement Claude Code (Pro ou Team). Les plugins eux-mêmes ne généreront jamais de frais supplémentaires.

Faut-il des compétences techniques pour les installer ?

Non. Si vous savez ouvrir un terminal et taper une commande, vous pouvez tout installer. Ce playbook vous donne exactement les commandes à exécuter, dans le bon ordre, avec les résultats attendus documentés.

Puis-je créer mes propres plugins ?

Absolument. Une fois que vous maîtrisez l'écosystème, vous pouvez créer vos propres `SKILL.md` et les ajouter à votre configuration `.claude/`. C'est même recommandé pour les workflows très spécifiques à votre activité.

Ces plugins fonctionnent-ils avec Claude Team et Enterprise ?

Oui. Les plugins fonctionnent avec tout abonnement Claude qui inclut Claude Code. En mode Team, installez toujours en scope project pour que l'équipe partage la même configuration. En Enterprise, consultez votre administrateur pour les permissions.

Arrêtez de réinventer la roue. Installez, configurez, exécutez.

70 plugins vous attendent. La seule question : par lequel commencez-vous ?