EVOLUTEAM
CRÉATEUR DE VALEUR DURABLE

# Développer son portefeuille client et piloter sa prospection

Relation Client & Démarche Commerciale

**Cette formation s'adresse aux professionnels en charge de concevoir et de mettre en œuvre une démarche de prospection à la fois performante, humaine et adaptée aux nouvelles attentes des clients. Elle propose une approche équilibrée entre fondamentaux commerciaux et innovations récentes, intégrant les évolutions majeures de la relation client : montée du digital, nouveaux usages, intelligence artificielle, posture éthique et personnalisation accrue.**

## LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Structurer sa stratégie de prospection commerciale pour prioriser ses actions
- Personnaliser sa démarche de prospection en fonction de sa cible
- Déployer une prospection centrée sur l'humain et créatrice de valeur ajoutée
- Optimiser sa prospection commerciale grâce aux outils CRM et digitaux
- Piloter et améliorer sa performance de prospection dans la durée
- Développer une posture réflexive et faire évoluer ses pratiques

## DÉTAILS DE LA FORMATION

**Public**
Toute personne en charge de la prospection commerciale :
Responsable commercial, commercial

**Durée**
14 heures, 2 journées

**Pré-requis**
Avoir ses datas portefeuille client à disposition
Apporter son ordinateur portable

**Modalité au choix**
- Présentiel : 2 jours consécutifs
- Visio-formation : 4 sessions (4h30 / 3h30 / 4h / 2h)

**Accessibilité**
Inclusion de différents types de handicaps.
Consulter notre référent handicap

**Evaluation**
Diagnostic des attentes
Auto-positionnements Amont / Aval
Evaluation continue

**Formation augmentée**
Accès à l'Extranet Participant *by EVOLUTEAM* durant 3 mois après le dernier jour de formation

**Reconnaissance délivrée**
Attestation de formation

## NOTRE SIGNATURE PÉDAGOGIQUE

### L'expérimentation pédagogique au service de la transformation durable des compétences




Notre **pédagogie expérientielle** repose sur un principe simple : les comportements se transforment durablement grâce à l'expérience vécue en formation.
Nous mobilisons **les émotions, la prise de décision en contexte réel et l'engagement multisensoriel** en créant des solutions pédagogiques dont l'expérimentation représente au **minimum 70% du temps de formation.**
Chaque session alterne des temps structurants et exploratoires, afin de **favoriser l'appropriation active**, **stimuler la réflexion et la prise de recul**, **ancrer durablement les compétences**, **faciliter le passage à l'action opérationnelle.**

# Développer son portefeuille client et piloter sa prospection

Relation Client & Démarche Commerciale

## LE PROGRAMME

### PHASE D'ENGAGEMENT - A réaliser avant la session sur l'extranet participant by *EVOLUTEAM*

**Compléter les questionnaires en ligne**

- J'évalue mes compétences en amont de la formation
- Je transmets mes attentes vis-à-vis de cette formation

**Télécharger les supports de formation**

- Je télécharge l'ensemble des supports mis à disposition pour réaliser les exercices lors de formation.

**Préparer ses datas clients pour l'atelier fil rouge**

- Je suis en mesure d'identifier les clients de mon portefeuille. Je connais les parts de CA et marges associées pour la mise en pratique de l'atelier fil rouge

### PHASE D'EXPÉRIMENTATION – S'exercer aux outils et méthodes lors de la session formative

**INTRODUCTION**

Présentation des participants / Ice Breaker

### MODULE 1 | EDIFIER LES BASES DE SA STRATÉGIE DE PROSPECTION (4H30)

**Identifier les enjeux de sa prospection commerciale**

- Les 10 « grands enjeux » de la prospection commerciale

Brainstorming : « Que se passerait-il si je ne prospectais pas? »

**Diagnostiquer son portefeuille en vue d'optimiser sa stratégie de prospection**

- Segmentation qualitative : méthode RFM
- Analyse quantitative : méthode ABC

Atelier fil rouge : A partir de son portefeuille actuel, application des méthodes RFM et ABC afin d'ajuster sa stratégie de prospection. Echange en binôme sur l'interprétation des « zones de prospection » à exploiter

- Analyse organisationnelle
  - Vision
  - Ethique commerciale et RSE
  - Alignement temps / ressources
  - Données et outils

Autodiagnostic : grille de maturité organisationnelle.

**Concentrer ses efforts de prospection grâce aux objectifs SMART**

- Rédiger des objectifs SMART
- Associer des indicateurs de suivi à ses objectifs

Cas pratique : « Reconnaitre un objectif SMART »

Atelier fil rouge : Se fixer un ou plusieurs objectifs SMART en lien avec les diagnostics précédents

# Développer son portefeuille client et piloter sa prospection

Relation Client & Démarche Commerciale

## MODULE 2 | CONSTRUIRE UNE PROSPECTION PERSONNALISÉE (3H30)

### Profiler ses clients pour aligner ses actions de prospection de manière responsable

- Segmenter ses cibles clients pour identifier les déclencheurs d'achat
  - « Persona enrichi SONCAS - E – *Ecologie* = Dimension émotionnelle
  - « Jobs to be done » = Dimension fonctionnelle

Atelier profilage fil rouge : Elaborer son « Persona »

### Structurer un tunnel de prospection omnicanal réaliste

- Les étapes du tunnel de vente / de prospection
- Choix de canaux adaptés : stratégie Inbound / Outbound

Mapping collaboratif : élaborer une classification des canaux de prospection
Atelier Tunnel de vente fil rouge : concevoir un tunnel de prospection en 5 points de contact

## MODULE 3 | PRATIQUER UNE PROSPECTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN (2H30)

### Travailler son discours et générer de la confiance auprès de ses prospects

- Le pitch : travailler un message qui connecte aux valeurs du prospect (vision, impact, mission)
- La méthode AIDA
- Vocabulaire : le langage OK, le langage KO
- L'argumentation en mode CAB
- Intégrer transparence, écoute active et posture « conseil » dans ses approches
- Gérer les objections, silences et résistances

Exercice pratique : détecter les erreurs à éviter
Atelier Fil Rouge Speed meeting : à partir de mises en situation, adapter son pitch à son interlocuteur
Mise en situation : « le barrage standard, le décideur »

## MODULE 4 | SELECTIONNER SES OUTILS DE PROSPECTION (1H40)

### Savoir exploiter sa base prospective efficacement grâce aux CRM

- Utiliser le processus de data driven / CRM enrichit par IA
  - Apps data driven : Kaspr vs Lusha
  - Ipaas : Zapier vs Make
  - Webhooks

Démonstrations commentées : automation des fichiers de prospection

### Faciliter l'automation de sa prospection digitale

- Le Social Selling : utiliser les réseaux sociaux pour prospecter
  - Sales Navigator : comportements prospects sur LinkedIn
  - Waalaxy : prospection automatique sur LinkedIn
  - DropContact : emails finder

Ateliers de découverte en sous-groupe : réalisation d'une fiche technique par outil à présenter au reste du groupe

- Gérer de façon responsable les data collectées – RGPD

Quizz : les « Red Flags » de la RGPD

### La prospection en direct

- La prise de rendez-vous par téléphone
- Les événements, salons, réunions interprofessionnelles
- Les rendez-vous de prospection

Atelier Débat : La prospection en direct, est-elle morte ?

## MODULE 5 | SUIVRE, MESURER ET ITÉRER SA PROSPECTION (40 min)

### Piloter son activité de prospection avec des indicateurs pertinents

- Le pipeline commercial
- Les techniques de suivi et fidélisation : matrice SERVQUAL
- Les indicateurs de performance : taux de transformation / NPS
- Les « nouveaux indicateurs » d'engagement : engagement éthique, empreinte digitale

Partage de bonnes pratiques : mon suivi de prospection
Exercice pratique : ma prospection est-elle éthique ?

## MODULE 6 | RENFORCEMENT DES PRATIQUES PROSPECTIVES (1H10)

### Le renforcement des pratiques

- Analyser ses réussites et ses axes d'amélioration

Partage de bonnes pratiques et atelier fenêtre de Johari : le cercle d'apprentissage avec retours croisés sur les axes de progression menées

### Clôture de la formation

- Evaluer ses compétences en aval de la formation : j'évalue ma capacité à transformer mes compétences grâces aux outils, techniques et méthodes vus en formation
- Se challenger au moyen d'objectifs à réaliser sous 3 mois
- Questionnaire de satisfaction à chaud

**PHASE D'ACQUISITION –** Ancrer les outils et méthodes de retour en milieu professionnel

Accéder aux ressources complémentaires à télécharger depuis l'Extranet Participant *by EVOLUTEAM* pour approfondir les thématiques vues en formation
Corréler la mise en pratique des actions individuelles avec les objectifs pédagogiques : questionnaire sur l'évaluation des compétences à froid, 2 mois après la dernière journée de formation.

# Développer son portefeuille client et piloter sa prospection

## Relation Client & Démarche Commerciale

Cette formation vous intéresse ?
Contactez- nous : info@evoluteam.fr | 01 47 39 02 02

Consulter sur notre site, notre catalogue de formations

### PRIX PUBLIC

**Inter : 802€ HT par participant**
**Intra : 3255€ HT par session* (4 à 10 participants)**
**des frais de déplacement complémentaires peuvent être engagés selon la localisation*

### FINANCEMENT OPCO

Financement possible via votre OPCO. Contactez nos conseillères formations :
par téléphone : 01 47 39 02 02
par mail : info@evoluteam.fr

### FORMATION SUR-MESURE

Vous avez un projet sur-mesure, vous souhaitez intégrer votre contexte et vos enjeux spécifiques à la formation, contactez notre Directrice du Développement : laure.casta@evoluteam.fr

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS *(à titre indicatif)*

**Inter :** L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.
**Intra :** Après validation de votre projet avec nos conseillères formations, capacité de mise en œuvre sous 15 jours.

### ACCESSIBILITÉ

Inclusion de différents types de handicap. Vous êtes en situation de handicap, intéressé.e par le programme ? Contactez notre Référent Handicap pour préciser votre besoin : referent.handicap@evoluteam.fr

### ASSISTANCE TECHNIQUE À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme digitale, notre équipe pédagogique répondra à vos questions de 9h30 à 17h30 au
01 47 39 02 02 ou sur l'adresse mail suivante : contact.digitalcamp@evoluteam.fr

**Engagés pour un monde plus éclairé, nous concevons des solutions pédagogiques centrées sur le développement des potentiels humains, avec pour ambition de créer de la valeur durable.**

*-- Notre raison d'être en qualité de société à mission --*