

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

### 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.**

## 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** : « Reconnaître un objectif SMART »

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

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

### Profilier 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 enrichi 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 grâce 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.



Cette formation vous intéresse ?

Contactez- nous : [info@evoluteam.fr](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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 –*