

DEVELOPPER SON PORTEFEUILLE CLIENTS PAR UNE PROSPECTION STRUCTUREE

Durée	14 heures, soit 2 jours	Tarif	INTER : 720 € HT /pers INTRA : à partir de 3200€ HT/groupe
Public visé	Toute personne amenée à améliorer son efficacité dans la prospection commerciale	Pré-requis	Maîtrise de la langue française Connaissance des outils de vente
Lieu Modalité	<input type="checkbox"/> ASFOREST <input type="checkbox"/> en entreprise <input type="checkbox"/> présentiel <input type="checkbox"/> distanciel	Dates	Voir catalogue

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, vous serez apte à identifier les segments marché cibles, planifier des actions de prospection, utiliser des outils de gestion de la relation client, rédiger des scripts d'appel efficaces avec gestion des objections, utiliser des techniques d'écoute active pour comprendre les besoins du prospect.

Vous serez capable de développer un plan de prospection structuré suivi grâce à l'utilisation d'un CRM, identifier et atteindre les décideurs clés dans les entreprises cibles, construire un argumentaire de vente convaincant tenant compte des besoins des prospects.

CONTENU DU PROGRAMME

Test de positionnement : évaluation des connaissances et compétences en amont de la formation.

1- Organiser son action de prospection (3h30 – 2 séquences)

- Structurer sa démarche commerciale en segmentant ses cibles et son secteur
- Identifier ses priorités et construire son plan d'actions de prospection
- Choisir les bons canaux (téléphone, e-mail, contact direct, LinkedIn...)

2- Obtenir des rendez-vous qualifiés (3h30 – 2 séquences)

- Rédiger des scripts de prospection efficaces tenant compte des objections
- Identifier les décideurs clés pour mieux les atteindre
- Adapter son approche en fonction du canal utilisé

3- Donner envie de changer de fournisseur (3h30 – 2 séquences)

- Présenter son offre de manière claire et différenciante et ses avantages concurrentiels
- Faire émerger les besoins des prospects et adapter son argumentaire
- Utiliser des techniques de démonstration de produits / services et de levée des objections

4- Consolider la relation et suivre les résultats (3h30 – 1 séquence)

- Assurer un suivi performant et des relances stratégiques
- Piloter sa prospection avec des outils gestion de la relation client
- Mesurer les résultats et ajuster sa stratégie de prospection

Evaluation finale : évaluation de l'acquisition de l'ensemble des connaissances et compétences du parcours.

SEQUENÇAGE

- **Séquence 1 (1h30) Structurer sa prospection selon son activité** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence débute sur une immersion dans le programme avec le formateur qui revient sur le test de positionnement et expose les enjeux notamment de la nécessité d'organiser sa prospection en vue de la conquête de nouveaux clients. Les stagiaires sont amenés à définir le contexte de leur entreprise et leur expérience afin d'apporter collectivement des éléments d'information sur leurs pratiques actuelles, les aspects positifs et points à perfectionner. Le formateur présente les différents modèles d'organisation selon les secteurs des participants (services, commerce, BtoB...) et les fondamentaux de la segmentation des marchés cibles. Les stagiaires affinent leurs priorités et cibles principales afin d'élaborer une première ébauche de leur plan stratégique de prospection. Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 2 (2h) Choisir ses canaux de prospection** [présentiel ou distanciel] : Dans cette séquence, le formateur présente les atouts et limites des différents canaux de prospection (téléphone, e-mail, contact terrain, LinkedIn...). A partir d'exercices pratiques, réalisés individuellement ou en sous-groupes, basés sur leurs expériences, les stagiaires alimentent leur plan stratégique de prospection avec les différents canaux utilisés en fonction des typologies de cibles visées et des contextes de prise de contact. Les productions sont analysées en plénière pour alimenter les pratiques collectivement. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 3 (1h30) Formuler une accroche claire et efficace** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Les stagiaires rédigent et testent plusieurs accroches selon différents canaux. Le formateur propose des pistes d'amélioration pour chaque production ainsi qu'une trame adaptable. Les stagiaires sont amenés à faire appel à leur créativité pour améliorer les approches de leurs pairs. Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers les interactions et échanges des participants.
- **Séquence 4 (2h) Obtenir un rendez-vous qualifié** [présentiel ou distanciel] : Dans cette séquence, les stagiaires identifient les critères d'un rendez-vous utile et les informations nécessaires à obtenir, en particulier le nom du décideur clé afin de réussir à l'atteindre. Le formateur répond aux questions et alimente les réflexions en cours des participants, notamment sur la rédaction d'un script de prospection incluant l'argumentaire commercial mais également l'anticipation des objections et freins à la prospection et sur la nécessaire mise à jour régulière de ce script avec les nouvelles objections rencontrées. Des outils pratiques sont transmis (fiches bonnes pratiques, do / not do, trame de script de prospection...). Le formateur évalue l'acquisition des compétences grâce à un questionnement direct.
- **Séquence 5 (1h30) Argumenter pour convaincre** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur introduit l'élaboration d'un argumentaire commercial adaptable et adapté aux besoins et objections des prospects. Il propose une méthode de valorisation différenciante pour présenter les avantages concurrentiels de son offre sans déprécier l'existant. Les stagiaires, individuellement ou en sous-groupes, présentent un de leurs produits / services et alimentent leur argumentaire avec ces outils afin de faire face à une résistance ou à l'inertie des prospects. Les productions permettent au formateur d'évaluer l'acquisition des compétences.
- **Séquence 6 (2h) Lever les freins à la prise de décision** [présentiel ou distanciel] : Dans cette séquence, le formateur propose des mises en situation au cours desquelles les stagiaires expérimentent différentes postures pour rassurer le prospect dans le cadre de sa démarche. Le formateur met à disposition une grille d'analyse permettant de structurer les réponses aux différents types de freins (prix, délai, confiance, attachement à l'ancien fournisseur...) selon les profils des prospects. Un retour guidé permet d'identifier collectivement les leviers d'influence douce nécessaire en prospection. Le formateur évalue l'acquisition des compétences à travers les interactions et échanges des participants.
- **Séquence 7 (3h30) Organiser son suivi et piloter son efficacité** [présentiel ou distanciel] : Cette séquence s'ouvre sur la reprise des éléments des séquences précédentes, éléments retenus, questions/réponses. Le formateur expose les outils de gestion commerciale nécessaires pour piloter sa stratégie de prospection (tableau de bord, CRM...). A travers des cas pratiques, les stagiaires identifient, individuellement ou en sous-groupes, les indicateurs adaptés à leur activité : nombre de contacts, taux de conversion, temps de relance... et les modalités de suivi stratégique à mettre en place pour confirmer le rendez-vous / la vente. Les stagiaires alimentent leur plan stratégie de prospection de tous ces outils et identifient des pistes d'ajustement à réaliser régulièrement : relance, changement de canal, nouvelle segmentation. Une évaluation finale permet d'évaluer les éléments de la séquence et l'acquisition des compétences du parcours.



En présentiel et distanciel synchrone, des temps de pause réguliers sont aménagés entre les séquences et en fonction des activités pédagogiques. Ces temps de récupération favorisent l'assimilation des connaissances, le maintien de la concentration, la convivialité entre participants et la qualité globale des apprentissages.

METHODES MOBILISEES

- **Méthodes pédagogiques variées** : alternance d'approches expositive, interrogative et active favorisant l'engagement, la créativité et la mémorisation. Les participants expérimentent des modalités adaptées à différents styles d'apprentissage : apports théoriques, travaux de groupe, études de cas, jeux de rôle, ateliers pratiques, discussions dirigées, apprentissage par projet, démonstrations, brainstorming, feedback et évaluations formatives. En distanciel, chaque séquence intègre au moins une activité pédagogique interactive (quiz, étude de cas, mise en situation, forum collaboratif) d'une durée moyenne d'environ 15 minutes, afin de garantir l'implication active des participants et la consolidation des acquis à distance.
- **Supports et ressources pédagogiques** : mise à disposition de ressources diversifiées pour créer un environnement d'apprentissage riche et stimulant : présentations, tableaux blancs, affiches, graphiques, fiches de travail, études de cas, supports imprimés et numériques, vidéos, quiz interactifs, sondages, applications web, plateformes d'apprentissage et équipements techniques adaptés (ordinateur, vidéoprojecteur, logiciels dédiés).
- **Accompagnement et assistance pédagogiques** : animation de l'ensemble des séquences par un formateur référent garantissant le suivi du groupe et l'adaptation aux besoins individuels. L'accompagnement comprend l'accueil et la mise en confiance, l'encadrement des activités, la gestion des dynamiques de groupe, les feedbacks réguliers et le suivi post-formation favorisant la transposition des acquis en situation de travail.

MODALITES TECHNIQUES ET D'ACCES

- **Modalités d'accès et d'accompagnement** : Les participants peuvent s'inscrire auprès de nos équipes dans la limite des places disponibles, jusqu'à la veille de la session. L'employeur veille à respecter les éventuels délais imposés par un financeur tiers.
L'assistance technique et administrative est assurée par nos équipes avant, pendant et après la formation : conventions, convocations, règlement intérieur, accueil, suivi administratif et financier, délivrance des attestations, traitement des réclamations... Nos équipes sont joignables du lundi au vendredi de 9h à 18h au 01 42 96 09 27 ou par mail asforest@asforest.com. En cas d'indisponibilité, une réponse est apportée sous 48h ouvrés.
- **Lieux et moyens techniques mis à disposition** : Les espaces de formation ASFOREST, équipés d'écrans, tableaux, ordinateurs, accès Internet et outils numériques, offrent des conditions optimales d'apprentissage et d'échanges.
 - Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de notre politique accessibilité, nous invitons tout participant à nous informer en amont de toute situation de handicap ou besoin d'adaptation afin de prévoir les aménagements nécessaires, en lien avec notre référent handicap.
 - En cas de formation organisée hors du centre (en entreprise), ASFOREST s'assure en amont que les conditions matérielles et techniques sont adaptées au bon déroulement de la session. Cette vérification est réalisée en lien avec le lieu d'accueil, qui met à disposition les moyens nécessaires à la réalisation des activités prévues.
- **En distanciel, conditions techniques requises** : Chaque participant doit disposer d'un ordinateur connecté à Internet (connexion stable pour le visionnage de vidéos et l'accès à une plateforme en ligne), d'un micro et d'une caméra fonctionnels pour participer aux classes virtuelles, d'une adresse mail active, et d'une aisance suffisante dans l'utilisation des outils numériques de base (navigation web, visioconférence, téléchargement de documents).

MODALITES D'EVALUATION ET SUIVI DE L'ACTION

Evaluations pédagogiques : Partie intégrante du parcours de formation, leurs coûts sont inclus dans le tarif global.

- **Positionnement** : évaluation initiale pour identifier le niveau de maîtrise du stagiaire, ses besoins et ses attentes afin d'adapter le parcours et, le cas échéant, de proposer un accompagnement individualisé.
- **Continue** : évaluations formatives pour vérifier la compréhension, l'assimilation et la mise en œuvre progressive des compétences. Ces temps d'échanges et de feedback favorisent l'ancrage des apprentissages.
- **Finale** : évaluation sommative pour mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques et valider les compétences acquises. Elle peut également servir à définir, le cas échéant, un plan de consolidation post-formation.

Suivi post-formation :

- À l'issue du parcours, chaque stagiaire reçoit une attestation de fin de formation précisant la durée, les objectifs visés et leur niveau d'atteinte évalué en fin de formation. Un certificat de réalisation est transmis au financeur et à l'employeur, en justification de la réalisation effective de l'action. Un relevé de présence peut être remis sur demande, à titre d'information complémentaire sur l'assiduité des participants.

- Une enquête de satisfaction est réalisée auprès des participants (à chaud à la fin de la formation, puis à froid trois mois après) ainsi qu'auprès des employeurs. Ces retours permettent d'évaluer la satisfaction, la transférabilité des acquis en situation de travail et la contribution de la formation à la montée en compétences.

mise à jour : 06/03/2026

