Programme de Formation

VENTE-PROSPECTION COMMERCIALE - 2 Jours

LinkedIn, *cold outreach* et génération de leads

Je développe une prospection commerciale structurée, humaine et efficace. Je crée des opportunités commerciales sans pression, en respectant mon style et celui de mes interlocuteurs.

Une boîte à outils concrète et directement applicable pour professionnaliser ses pratiques de prospection.

Organisation

Durée : 16 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Formateur :

Contenu pédagogique

Objectifs pédagogiques

Les outils de cette formation vous font découvrir comment ...

- Créer une prise de conscience de l'importance de l'acquisition et de la rétention des clients
- Comprendre les principes de la prospection commerciale moderne
- Développer une posture commerciale professionnelle et confortable
- Utiliser LinkedIn comme outil de prospection efficace
- Structurer une démarche de prospection à froid
- Générer et qualifier des leads
- Assurer un suivi commercial cohérent et régulier
- Approcher des prospects lors de salons et événements professionnels

Description

Contenu / Bénéfices

Jour 1

Sensibiliser aux défis actuels en matière d'acquisition et de fidélisation de la clientèle

- Les besoins des clients aujourd'hui
- L'acquisition de clients : tendances, opportunités et pièges
- La clé du succès : la fidélisation de la clientèle
- La fidélisation de la clientèle : un effort sans fin
- Portefeuille clients : comment organiser un portefeuille de manière durable

Comprendre et structurer sa prospection

- Évolution des pratiques commerciales et de la prospection
- Différences entre prospection traditionnelle et prospection digitale
- Clarifier sa posture commerciale : vendre sans se renier
- Comprendre le parcours d'un prospect aujourd'hui

Prospection digitale via LinkedIn

- Comprendre le rôle de LinkedIn dans une stratégie de prospection

- Les fonctionnalités de LinkedIn au service de la prospection commerciale
- Optimiser son profil LinkedIn à des fins commerciales
- Définir son positionnement et son message clé (WIIFT)
- Identifier et cibler les bons prospects
- Comprendre les mécanismes de visibilité et d'interaction

Approche et prise de contact sur LinkedIn
- Comment contacter un prospect sans le brusquer
- Structurer un message d'approche clair et humain
- Différence entre personnalisation et automatisation
- Erreurs fréquentes en prospection LinkedIn
- Se sentir plus à l'aise dans la prise de contact
- Gagner en clarté et en cohérence dans ses messages
- Oser contacter des prospects de manière professionnelle et pertinente

Jour 2

Prospection à froid et génération de leads
- Comprendre la prospection à froid ou le 'cold outreach'
- Choisir les bons canaux : LinkedIn, e-mail, téléphone – avantages et inconvénients
- Structurer un message de prospection à froid
- Gérer les objections, les silences, les refus

Création et qualification de leads
- Qu'est-ce qu'un lead ?
- Différence entre lead, prospect et opportunité
- Méthodes de génération de leads (méthodes, réseaux, organisations de réseautage, canaux digitaux)
- Qualification et priorisation des contacts
- Transformer des contacts en opportunités réelles et concrètes

Suivi des leads, follow-up
- Pourquoi le suivi est un/LE facteur clé de succès
- Quand et comment relancer sans insister
- Structurer un système de suivi simple et efficace

Prospection lors de salons et événements
- Préparer sa participation à un salon ou une foire
- Approcher 'naturellement' des prospects
- Engager la conversation et identifier les besoins – définir 'mon' message, poser les bonnes questions
- Collecter et exploiter les contacts après l'événement

GOÛTER LE P.E.P.S. DE NOS INTERVENTIONS



PRAGMATIQUES
ENERGIQUES
PERTINENTES
SIMPLES

Modalités pédagogiques

Méthodologie / Activités

Jour 1

- Questionnaire online pour connaître leurs realités, motivations et résistances + analyse globale et anonyme des résultats
- Speedmeeting
- Récolte des attentes de chacun
- Échange collectif sur les représentations de la vente
- Échange collectif sur les tendances dans la prospection commerciale
- Auto-diagnostic de sa posture commerciale + débriefing en commun
- Analyse de profils LinkedIn (**éventuellement en amont de la formation**) + pistes d'amélioration
- Atelier : j'améliore mon profil LinkedIn
- Exercices pratiques de rédaction de messages LinkedIn
- Atelier sur la définition de notre 'CAB' (*Characteristic – Advantage – Benefit*) et comment le traduire dans un context LinkedIn
- Exercices : profils LinkedIn à commenter
- Apports conceptuels illustrés par des exemples concrets

Jour 2

- Retour d'expérience et partage des pratiques
- Atelier sur le profiling comportemental de mes 'acheteurs' > exercice d'intelligence collective > déduction : nos catégories d'acheteurs et leurs besoins
- Exercices de prospection à froid (scripts, messages)
- Poser les bonnes questions : exercice du docteur
- Atelier pratique : les sources de leads en 2026 + apport 'magistral'
- World Café : la génération et qualification de leads
- Exercice : ma checklist pour la prospection lors d'un événement X
- Mises en situation : aborder un prospect à un événement X
- Gérer les objections : la méthode AIKIDO + tester
- Gérer les objections : exercice sur comment balancer les objections
- Création de mon plan d'action : « Que vais-je mettre en place dès aujourd'hui ?»

LES MÉTHODOLOGIES D'ALIAS

Nous voulons rendre l'apprenant actif et concerné



Moyens et supports pédagogiques

Nos formateurs tiennent à votre disposition une bonne trentaine de séquences, d'outils et de trucs & astuces qui seront choisis lors de chaque module en fonction des échanges et des attentes des participants

- Fiches ou "syllabus" de la formation
- Fiches exercices ou préparation jeux de rôle

Prérequis

Aucun prérequis

Profil du formateur