
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 réalités, 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