
Programme de Formation

Prospection multicanale : maîtriser les méthodes et structurer sa routine commerciale

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Mixte

Contenu pédagogique

Public visé

- Consultants commerciaux
- Consultants en recrutement
- Chargés d'affaires
- Responsables commerciaux
- Toute personne impliquée dans le développement d'un portefeuille clients B2B

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Structurer et prioriser un portefeuille de prospects et clients à potentiel.
- Définir un ciblage pertinent à partir de persona opérationnels.
- Comprendre et piloter efficacement leur tunnel de conversion commerciale.
- Exploiter et combiner les principaux canaux de prospection dans une logique multicanale.
- Mettre en place une routine de prospection structurée, mesurable et durable.

Description

Dans un environnement commercial concurrentiel, la prospection ne peut plus être improvisée. Ce module vise à fournir une **méthodologie claire, structurée et immédiatement opérationnelle** permettant aux professionnels de sécuriser et développer durablement leur activité commerciale.

Contenu de la formation

1. Structuration et valorisation du portefeuille commercial
 - Segmentation du portefeuille prospects / clients
 - Identification des comptes stratégiques et des priorités
 - Arbitrage des actions à forte valeur ajoutée pour éviter la dispersion
2. Compréhension et optimisation du tunnel de conversion
 - Cartographie des étapes clés du cycle de prospection jusqu'à la prise de commande
 - Repérage des points de rupture et des freins à la transformation
 - Mise en place d'actions correctives pour sécuriser le pipeline
3. Ciblage et construction de persona commerciaux
 - Définition d'un ciblage pertinent et aligné sur les enjeux business
 - Création de persona opérationnels (besoins, irritants, critères de décision)
 - Adaptation du discours et des messages aux profils ciblés
4. Maîtrise des canaux de prospection et approche multicanale
 - Exploitation des principaux canaux : téléphone, prospection directe, réseaux professionnels, recommandations, prise de référence

- Choix du canal le plus efficace selon l'objectif et le niveau de maturité du prospect
 - Combinaison des canaux dans une stratégie multicanale cohérente et planifiée
5. Organisation et pilotage d'une routine de prospection durable
- Planification des actions dans une routine réaliste et reproductible
 - Définition d'indicateurs de pilotage (activités, conversions, rendez-vous, opportunités)
 - Construction d'un plan d'action personnel favorisant la régularité et la performance dans la durée



Prérequis

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.



Modalités pédagogiques

- Apports formateur.
- Réflexions collectives et individuelles.
- Ateliers et/ou cas pratiques et/ou mises en situation.



Moyens et supports pédagogiques

- Des formateurs expérimentés et passionnés.
- Supports de formation et/ou fiches pédagogiques.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Diagnostic individuel.
- Débriefing des mises en situation.
- Questionnement et/ou Quizz.
- Auto-positionnement pré et post-formation.
- Evaluation de la satisfaction et remise d'une attestation de réalisation en fin de formation.



Informations sur l'accessibilité

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.