



APT FORMATION
APPRENDRE POUR TOUS

Durée : A Definir

Lieu : Dans l'entreprise ou en Distanciel

Profil des stagiaires :

- Commerciaux débutants ou confirmés
- Responsables et attachés commerciaux
- Entrepreneurs, indépendants, chargés de clientèle
- Toute personne en contact avec des prospects et clients

Pré-requis :

- Avoir une connaissance de base de son secteur d'activité et de ses produits/services
- Être amené à réaliser des actions de prospection ou de relation client
- Motivation à développer ses compétences en communication commerciale

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- Formateurs expérimentés

Moyens pédagogiques et techniques

- supports numériques, fiches outils, modèles de scripts et d'argumentaires, outils de simulation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- quiz de connaissances, observation des mises en pratique, restitution finale sous forme de simulation d'entretien de prospection.

Prospection et Communication Commerciale

"attirer, convaincre et fidéliser"



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la prospection commerciale et définir une stratégie adaptée.
- Identifier et qualifier efficacement ses prospects.
- Maîtriser les techniques de communication commerciale (téléphonique, digitale et en face-à-face).
- Argumenter et répondre aux objections de manière convaincante.
- Conclure un entretien de prospection et initier la fidélisation client.

CONTENU DE LA FORMATION

1 – La prospection commerciale

- ◆ Comprendre et préparer la prospection

1. Introduction et enjeux

- Rôle de la prospection dans le développement commercial
- Différence entre prospection, vente et fidélisation
- Panorama des canaux de prospection (téléphone, e-mail, réseaux sociaux, terrain, événements)

2. Ciblage et qualification des prospects

- Identifier son marché cible (segmentation BtoB / BtoC)
- Construire un fichier prospect (sources, bases de données, outils digitaux, LinkedIn, CRM)
- Notion de persona client (profil type idéal)

3. Atelier pratique

- Élaboration d'un profil client type (persona)
- Construction d'un mini-fichier de prospects qualifiés

- ◆ Techniques de prospection

1. Plan de prospection

- Définir des objectifs SMART (nombre de contacts, rendez-vous, taux de transformation attendu)
- Organiser son temps et suivre ses actions (CRM, tableaux de bord)

2. Prospection téléphonique

- Les 30 premières secondes décisives : accroche et présentation
- Techniques pour capter l'attention (storytelling, bénéfices client)
- Gérer le barrage secrétaire et obtenir un rendez-vous

3. Atelier pratique

- Rédaction d'un script téléphonique
- Jeux de rôle : simulation d'appels (stagiaire → prospect, stagiaire → commercial)
- Débriefing collectif sur les réussites et axes d'amélioration
-

2 – La communication commerciale et la relation client

- ◆ Mener un entretien de prospection

1. Communication efficace

- Posture, langage verbal et non verbal
- L'écoute active et les techniques de reformulation
- Les questions ouvertes et fermées pour découvrir les besoins

2. Argumentation et valeur ajoutée

- Méthode CAB (Caractéristiques – Avantages – Bénéfices)
- Techniques de storytelling pour convaincre
- Adapter son discours selon le profil du prospect

3. Atelier pratique

- Élaboration d'un mini-argumentaire de vente sur un produit/service réel
- Jeux de rôle en binôme : entretien de découverte + présentation argumentée

- ◆ Convaincre et fidéliser

1. Traiter les objections

- Identifier les différents types d'objections (prix, temps, concurrence, besoin non identifié)
- Méthodes de réponse : reformulation, preuve sociale, démonstration, retour au besoin
- Transformer une objection en opportunité

2. Conclure l'entretien

- Signaux d'achat et techniques de closing (technique de l'alternative, de l'urgence, du bénéfice immédiat)
- Sécuriser l'accord et formaliser la suite (devis, rendez-vous, contrat)

3. Fidélisation et suivi

- Importance de la relance et du suivi personnalisé
- Utiliser les outils de communication post-vente (e-mailing, réseaux sociaux, appels de suivi)
- Construire une relation de confiance durable

4. Atelier pratique

- Simulation complète : prospection → découverte → objection → closing
- Évaluation croisée entre stagiaires + feedback du formateur