Formation Élaborer et s'approprier l'ensemble des outils de prospection

Commercial / Vente

Référence de la formation : **C709**
Villes : **Strasbourg**, **Colmar**, **Mulhouse**

Vous souhaitez mettre en place une stratégie et plan d'action commercial ? Cette formation vous permettra de faire de la prospection commerciale un gage de réussite dans la prise de vos rendez-vous et la vente de vos produits ou prestations.

En présentiel ou à distance

Accessible

Durée : **3 jours (21 heures)** 2 jours + 1 jour
Tarif Inter : **1 470 € net**

Tarif intra sur demande

Mise à jour le 18 juin 2026

Nouveau format, Nouvelle durée !

Cette formation devient éligible au CPF dans le cadre du : Parcours certifiant « Commercial 2.0 » : Développer son portefeuille client grâce au face-à-face et au digital

Elle est complétée par le module 2 : Formation Social Selling – La vente par les réseaux sociaux

Vous souhaitez progresser dans votre prospection commerciale, gagner en efficacité dans la prise de vos rendez-vous et rentrer plus de contrats ?

Au travers de cas pratiques, cette formation vous donnera les outils pour créer une stratégie de prospection, pour susciter de l'intérêt, créer de la confiance et fidéliser votre clientèle.

CCI Campus Alsace - Strasbourg
234 Avenue de Colmar, 67021, Strasbourg

CCI Campus Alsace - Colmar
4 Rue du Rhin, 68000, Colmar

CCI Campus Alsace - Mulhouse
15 Rue des Frères Lumière, 68350, Mulhouse

Objectifs de la formation

- Prospecter en BtoB et en BtoC
- Obtenir des rendez-vous qualifiés
- Délimiter sa cible et préparer un argumentaire efficace
- Mieux organiser sa prospection

A qui s'adresse la formation ?

Public

- Tout commercial souhaitant développer ses capacités de prospection

Pré-requis

- Avoir de l'expérience dans le métier de commercial

Les points forts de la formation ?

- Formation animée par un professionnel de la vente et de la relation commerciale
- Mise au point d'un argumentaire et création d'outils

Programme de la formation

1. Déterminer sa stratégie et la segmentation stratégique

- Définir ses DAS : Domaines d'Activité Stratégique
  - Intérêts du marché par DAS
  - Positionnement sur le marché
- Segmenter efficacement ses prospects

2. Approcher les prospects

- Reconnaitre les typologies de ses clients et comprendre les nouveaux comportements et attentes des clients et prospects
- Percer les motivations de son prospect et lever les résistances
- Analyser et hiérarchiser son portefeuille clients/prospects

3. Préparer et réussir son plan de prospection

- Choisir les bons outils : E-mailing, Phoning, Téléphone, Réunions, Salons professionnels, RDV...
- Avantages et inconvénients suivant les cibles
- Créer sa base de données
- Mettre en place un plan d'action croisé et multicanal

4. Adapter efficacement les différentes techniques de prospection

- S’intéresser à l’interlocuteur et adapter sa communication
- Tester et choisir le ou les moyens d’approche
    - Humain, réseaux physiques, réseaux sociaux, …

5. Se rappeler des critères de base d’une relation de qualité

- Tenir un langage adapté aux cibles à l’écrit et à l’oral
- Traiter efficacement les échanges directs et indirects

6. Savoir relancer un prospect

- Gérer le fichier clients-prospects
- Savoir programmer les relances
- Personnaliser le contexte et rappeler le cadre
- Montrer une attitude infaillible : la persévérance

7. Transformer le prospect

- Créer l’envie chez son prospect
- Maitriser la notion de parcours clients et de multicanal
- Séduire et convaincre son prospect
- Traiter les objections et les cas difficiles : méthode en 4 temps
- Assurer le suivi et transformer le prospect en client actif
- Établir une relation à long terme

Modalités de la formation

Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges
Application et mise en œuvre
Simulation et jeux de rôles

Organisation

2 jours + 1 jour au minimum 15 jours après

Chiffres clés

92 %
de recommandation
en 2025

93 %
de satisfaction
en 2025

81 %
de réussite CCE
en 2025