

Formation Prospection multicanale - Acquérir les clés d'entrée du marché de l'équipement numérique

■ Durée :	2 jours (14 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 675,00 € HT (standard) 1 340,00 € HT (remisé)
■ Public :	Commerciaux en charge de la prospection BtoB (équipement numérique, bureautique, informatique, solutions d'impression).
■ Pré-requis :	Avoir une première expérience de la relation ou de la prospection commerciale
■ Objectifs :	Organiser sa campagne de prospection : stratégie, outils, fichiers, objectifs - Maîtriser les techniques de prospection multicanale (téléphone, email, réseaux sociaux) - Intégrer le social selling et le marketing de contenu dans sa démarche - Utiliser l'IA générative pour simplifier et optimiser ses actions de prospection - Suivre, analyser et ajuster ses actions grâce à des indicateurs simples
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis

■ Référence :	COM102717-F
■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Comprendre les enjeux de la prospection multicanale dans l'équipement numérique

Situer la prospection dans la stratégie de développement commercial de l'entreprise
Comprendre les spécificités du marché de l'équipement numérique : Fournitures de Bureau, Bureautique, Informatique

Identifier les nouveaux comportements d'achat : clients informés, recherche en ligne, comparaison permanente

Repérer les forces et limites des canaux physiques et digitaux pour la prospection

Atelier fil rouge : définir son marché cible et décrire un client idéal dans le secteur de l'équipement numérique

Organiser sa campagne de prospection multicanale

Clarifier les objectifs de prospection : volume de contacts, rendez-vous, ventes, secteurs à développer

Structurer son fichier de prospection : sources, critères de segmentation, qualité des données

Préparer son argumentaire de prospection : accroche, bénéfices clés, différenciation, réponses aux objections fréquentes

Fixer des objectifs réalistes par canal (téléphone, email, LinkedIn, visites, événements) et dans le temps

Atelier fil rouge : bâtir le plan de campagne initial (objectifs, fichier, argumentaire de base) pour son propre secteur

Structurer ses outils et son suivi de prospection

Choisir les outils adaptés : CRM, tableur de suivi, agenda, outils d'emailing et de prise de rendez-vous

Organiser le suivi des contacts : historique des échanges, relances, rendez-vous programmés

Mettre en place des indicateurs simples : nombre de contacts, taux de réponse, taux de rendez-vous, taux de transformation

Utiliser les statistiques pour ajuster rapidement sa campagne (messages, cibles, canaux)

Atelier fil rouge : créer ou adapter un tableau de suivi de prospection intégrant les indicateurs clés pour sa campagne

Maîtriser les techniques de prospection téléphonique et par email

Construire une trame d'appel efficace : accroche, questions de découverte, proposition de rendez-vous

Adopter une communication positive et orientée valeur pour le client

Déjouer les barrages (standard, assistanat, filtres) sans être intrusif

Structurer un email de prospection : objet accrocheur, contenu clair, appel à l'action pertinent

Adapter ses messages aux différents segments de sa cible (secteur, taille d'entreprise, fonction)

Atelier fil rouge : rédiger une séquence d'emails de prospection et s'entraîner à un script téléphonique sur sa propre cible

Développer le social selling sur LinkedIn

Définir le social selling : principes, chiffres clés et bénéfices concrets pour le commercial

Optimiser son profil LinkedIn pour gagner en crédibilité et en visibilité auprès de sa cible

Rechercher et contacter des décideurs et influenceurs pertinents (fonctions, secteurs, zones géographiques)

Interagir avec son réseau : commentaires, partages, messages privés, demandes de recommandation

Atelier fil rouge : analyser et améliorer son profil LinkedIn puis rechercher une première liste de prospects à contacter

Construire une campagne multicanale par secteur

Articuler les différents canaux entre eux : téléphone, email, LinkedIn, rendez-vous terrain, événements

Adapter la campagne selon le secteur : Fournitures de Bureau, Bureautique, Informatique

Définir une séquence de contacts cohérente dans le temps (J1, J+3, J+7, etc.) et par canal

Promouvoir efficacement son offre : objectifs de la campagne, cibles visées, ligne éditoriale et messages clés

Atelier fil rouge : concevoir une mini-campagne multicanale concrète pour un secteur choisi (FB, Bureautique ou IT)

Intégrer l'IA générative dans sa prospection

Découvrir comment l'IA générative peut simplifier les tâches des commerciaux

Utiliser l'IA pour générer des idées d'accroches, rédiger des emails, scripts d'appels et messages LinkedIn

Adapter les contenus générés à son ton, à la culture de l'entreprise et à la réglementation (RGPD, confidentialité)

Gagner du temps sur la mise en forme pour se concentrer sur la relation et les relances personnalisées

Atelier fil rouge : à partir d'un cas réel, utiliser un exemple d'IA générative pour créer plusieurs variantes de messages de prospection

Mettre en situation, analyser les résultats et ajuster sa prospection

Réaliser des mises en situation complètes : phoning, messages LinkedIn, rebond après email, prise de rendez-vous

Identifier à chaud les points forts et les axes d'amélioration de sa posture et de ses arguments

Analyser les premiers résultats de la campagne : réponses obtenues, objections rencontrées, taux de rendez-vous

Définir les actions correctives à mettre en œuvre : cibles, messages, canaux, rythme de relance

Atelier fil rouge : simuler une séquence de prospection multicanale complète puis ajuster son plan à partir des retours et statistiques

Évaluer ses acquis et consolider son plan de prospection

Réaliser une évaluation finale pour mesurer la progression par rapport au début de la formation

Identifier les compétences renforcées et celles à travailler dans les semaines à venir

Finaliser un plan de prospection multicanale opérationnel et réaliste pour son portefeuille

Définir des indicateurs de suivi et un rythme de bilan pour ancrer les nouvelles

pratiques dans le temps

Atelier fil rouge : finaliser et présenter son plan de prospection multicanale complet, incluant outils, canaux et tableau de bord de suivi