

Programme de la formation

Prospection et acquisition client multicanal

-  En groupe sur site
-  21 heures sur 3 jour(s)
-  Salarié en poste, Indépendant et dirigeant · De 1 à 12 participants
-  Sur devis

Description courte

Cette formation vise à renforcer la capacité des participants à cibler, prospecter et convertir de nouveaux clients en s'appuyant sur une approche multicanale (téléphone, email, LinkedIn) et un volet d'acquisition digitale (landing page, tracking). Elle travaille la préparation stratégique du ciblage, l'adaptation du discours commercial selon l'interlocuteur (entreprise ou individu) et le pilotage des actions par indicateurs.

Profil des participants

Salariés en poste exerçant une fonction commerciale, quel que soit leur niveau d'expérience en prospection. Indépendants ou dirigeants d'entreprise.

Prérequis

Aucun prérequis technique. Une première expérience de contact client, même occasionnelle, est un atout mais n'est pas obligatoire (les exercices sont adaptés selon le niveau des participants).

Objectifs

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Élaborer une stratégie de ciblage de prospects et de clients à l'aide d'outils dédiés (ICP, buyer persona, matrice IPO/IPA)
- Construire et qualifier un fichier de prospection multicanal (collecte, enrichissement, vérification des données)
- Structurer un discours de prospection adapté au canal (téléphone, email, LinkedIn) et au profil de l'interlocuteur.
- Concevoir un dispositif d'acquisition digitale simple (landing page, plan de tracking) pour générer des leads entrants
- Mesurer, piloter et ajuster ses actions de prospection à partir d'indicateurs de performance

Aptitudes et compétences visées / attestées

- Ciblage et segmentation commerciale
- Communication orale et écrite adaptée à l'interlocuteur
- Déploiement d'une campagne de prospection multi-canal
- Prise en main des outils digitaux d'acquisition (CRM, tracking, landing page)

- Pilotage d'une activité de prospection par indicateurs

Contenu

Jour 1 — Cibler et préparer sa prospection (7h)

1. Comprendre les enjeux actuels de la prospection (transformation digitale, accès aux décideurs).
2. Réaliser le ciblage parfait en conquête (ICP, buyer persona, matrice IPO/IPA).
3. Construire son fichier de prospection (scraping, enrichissement, vérification, structuration CRM).

Jour 2 — Prospecter en multicanal (7h)

4. Maîtriser le canal téléphonique (préparation mentale, script, accroche, franchir le barrage secrétaire)
5. Prospecter par email et LinkedIn (méthode AIDA, méthode de relance RITA, proposition de valeur/USP, styles inbound/outbound LinkedIn)
6. Déployer une campagne de prospection multi-canal (définir ses séquences — ex. mail → LinkedIn → téléphone —, lancer sa séquence outbound : délivrabilité, connexion CRM, configuration du scénario, et prise en main d'outils dédiés).
7. Activer la prospection indirecte par recommandation.

Jour 3 — Générer et piloter l'acquisition digitale (7h)

8. Concevoir une landing page structurée (framework AIDA) pour capter des leads entrants
9. Concevoir une stratégie d'acquisition organique ou payante (lead magnet, ads...).
10. Mettre en place un plan de tracking (indicateurs d'acquisition, tags/déclencheurs)
11. Mesurer, piloter, ajuster son activité (KPI, retour sur objectif, A/B testing)

Pédagogie et organisation

- Apports théoriques ciblés
- Échanges d'expériences entre pairs
- Ateliers en sous-groupes (construction de matrices, personas, scripts, séquences)
- Jeux de rôle et mises en situation (trinôme client / commercial / observateur — ex. exercice de recommandation)
- Utilisation d'outils digitaux (CRM, outil de landing page (Loveable), Wallaxy, Humanlinker, outils de tracking Google, LLMs...).

Positionnement et Modalités d'évaluation des acquis

- En amont : test de positionnement (auto-évaluation des pratiques de prospection actuelles)
- Évaluation des acquis : questionnaire en fin de formation, validé si score ≥ 80 %
- En fin de formation : test de positionnement final (mesure de la progression perçue).

Mode de validation

Attestation de participation à la formation.

Financements possibles

Cette formation est éligible au financement par les OPCO.

Modalités et délai d'accès

Formation dans les locaux du client si INTRA.
Formation dans les locaux du formateur si INTER.

Référent handicap

PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP : *(mise en place de compensation...)*

Contact : Référent handicap 02 51 84 95 55 / 06 28 70 45 28 / nadiahadjeri@cadresenmission.com

Intervenant

Yohan Boilleaut, Champion de France de négociation 2026, 14 ans d'expertise en vente dans le retail, dans l'IT et dans la prestation de services.

Expertise : prospection commerciale, négociation, vente B2B, communication commerciale (DISC/SONCASE)

Diplômes : Master 2 SKEMA Business School

Certification(s) : Coach certifié ICF / RNCP-SIMACS · Certification DISC Assessments24x7, Growth Hacking (Mantra).