

Prospecter efficacement pour obtenir des rendez-vous qualifiés

Objectifs de formation

- Structurer sa démarche de prospection pour obtenir des rdv qualifiés

Objectifs pédagogiques

- Structurer une démarche de prospection efficace et régulière
- Identifier et cibler les bons prospects
- Adopter la bonne posture commerciale en prospection
- Construire un discours clair, impactant et orienté rendez-vous
- Gérer les objections courantes sans se dévaloriser

- Obtenir plus de rendez-vous qualifiés

Durée : 02 jours -14 heures

Mise à jour le : 9 juin 2026

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

1295 €

Dates :

Les 30, 31 Juillet 2026

Les 28, 29 Septembre 2026

Les 23, 24 Novembre 2026

Les 20, 21 Janvier 2027

Les 19, 20 Avril 2027

Les 28, 29 Juin 2027

Prérequis

Aucun

Public

- Commerciaux
- Technico-commerciaux
- Chargés d'affaires
- Toute personne amenée à prospecter et à prendre des rendez-vous

Programme

Les fondamentaux de la prospection commerciale

- Pourquoi prospecter aujourd'hui ? Enjeux et réalités terrain
- Prospection vs fidélisation : rôles et complémentarités
- Les différentes formes de prospection : Téléphonique, Physique, Digitale (mail, LinkedIn, réseaux)
- Les indicateurs clés de la prospection (taux de contact, taux de RDV, suivi)

Cibler efficacement ses prospects

- Définir son client idéal (ICP / persona)
- Qualifier un fichier de prospection
- Prioriser ses actions (qui contacter, quand, pourquoi ?)
- Préparer sa prospection pour gagner en impact et en confort

Construire un discours de prospection orienté rendez-vous

- Les objectifs d'un appel / d'un contact de prospection
- Les étapes clés d'un discours efficace : Accroche, Présentation courte et différenciante, Proposition de valeur, Transition vers la demande de rendez-vous
- Adapter son discours selon l'interlocuteur (décideur, prescripteur, utilisateur)

Réussir la prise de rendez-vous

- Quand et comment proposer le rendez-vous
- Formuler une demande claire, légitime et engageante
- Donner envie de recevoir le commercial
- Qualifier le rendez-vous pour le rendre utile (objectifs, attentes)

Gérer les objections en prospection

- Comprendre le sens réel des objections
- Les objections les plus fréquentes : "Pas le temps", "Pas intéressé", "Envoyez un mail", "On a déjà un fournisseur"
- Méthode pour répondre sans se justifier ni se braquer
- Transformer une objection en opportunité de rendez-vous

Organiser et suivre sa prospection dans la durée

- Mettre en place une routine de prospection efficace
- Suivi des contacts et relances
- Bonnes pratiques de relance après un refus ou un silence
- Plan d’actions individuel post-formation

Modalités pédagogiques

- Alternance d’apports théoriques et pratiques
- Exercices d’applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l’issue de la formation
- Matériel : aucun

Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
- Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
- En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.

Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l’entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30

Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.
- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
- Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour maintenir l'attention et l'intérêt.
- Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
- Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.