Prospection et prise de contact

La prospection ne repose plus uniquement sur des scripts ou des volumes d'appels, mais sur la capacité à capter l'attention et engager une vraie conversation. Cette formation vous permet d'adopter une approche plus fine et plus efficace pour transformer vos premiers contacts en opportunités concrètes.

COURS PRATIQUE	PRIX 2026/27
de 2 à 5 jours	À partir de **1 590 € HT**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Démonstrations en direct, ateliers pratiques, études de cas en lien avec les situations réelles des participants.
PARTICIPANTS	Commerciaux, commerciaux sédentaires, assistant(e)s commerciaux, téléconseillers, vendeurs et chargés de prospection.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail. En cas de problème de connexion pour vos formations à distance, merci de contacter votre référent M. Galdemar : baptistegaldemar@formeaformation.com
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée au plus tard 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible pendant une durée de deux mois à compter de l'inscription du candidat.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez directement M. Galdemar, référent handicap, à l'adresse suivante contact@formeaformation.com pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité. En cas de problème technique, veuillez contacter M. Galdemar au 06 86 75 86 50.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Créer un premier contact pertinent et différenciant
- Adapter son approche selon les profils de prospects
- Susciter l'intérêt dès les premières secondes
- Obtenir des rendez-vous qualifiés
- Structurer une démarche de prospection efficace

LE PROGRAMME

1

Structurer une démarche de prospection efficace

- Clarifier ses cibles et ses priorités
- Identifier les bons canaux de contact
- Préparer ses approches en fonction du contexte

Cas pratique : définition d'une stratégie de prospection adaptée à son activité.

2

Réussir ses premiers messages et capter l'attention

- Construire un message clair et impactant
- Se différencier dès le premier contact
- Éviter les approches génériques

Cas pratique : rédaction et amélioration de messages de prospection (mail, LinkedIn, téléphone).

3

Engager une conversation et susciter l'intérêt

- Poser les bonnes questions pour comprendre rapidement
- Créer un échange naturel et fluide
- Identifier les signaux d'intérêt ou de blocage

Cas pratique : simulation d'un premier échange avec un prospect.

4

Gérer les objections et maintenir le contact

- Comprendre les résistances sans se braquer
- Répondre avec justesse et pertinence
- Relancer efficacement sans être intrusif

Cas pratique : entraînement à la gestion des objections en prospection.

5

Transformer le contact en rendez-vous

- Identifier le bon moment pour proposer un échange
- Formuler une proposition claire et engageante
- Sécuriser la prise de rendez-vous

Cas pratique : simulation complète d'un cycle de prospection jusqu'à la prise de rendez-vous.