

ZLINE

12 RUE DES CHAUFFOURS, 95000 CERGY

Siret : 99964678900019



# PROGRAMME DE FORMATION

---

**STRUCTURATION ET PILOTAGE D'UNE  
STRATÉGIE DE PROSPECTION  
COMMERCIALE MULTICANALE**

[zline95000@gmail.com](mailto:zline95000@gmail.com)

06 52 94 94 64

**Modalités d'admission et de déroulement :**

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance.

Conformément à l'article L221-18 du Code de la consommation, pour toute inscription conclue à distance ou hors établissement, vous bénéficiez d'un délai de rétractation de 14 jours à compter de la date de signature du contrat, sans avoir à fournir de justification ni supporter de pénalités. La formation ne pourra débuter qu'après l'expiration de ce délai, sauf demande expresse du participant pour commencer la formation avant la fin de ce délai de rétractation.

**Lieu de la formation :**

La formation se déroulera en présentiel au 1 Rue Emile Zola, 95870 Bezons, sous la supervision du formateur.

**Accessibilité :**

La formation est ouverte aux personnes en situation de handicap. Le référent handicap évalue et anticipe les adaptations nécessaires.

Contact : [zline95000@gmail.com](mailto:zline95000@gmail.com) / 06 52 94 94 64

**Délai d'accès :**

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

**Public visé :**

Commerciaux, business developers, responsables commerciaux, entrepreneurs et toute personne souhaitant structurer une démarche de prospection multicanale performante.

**Prérequis d'accès à la formation**

- Maîtriser les fondamentaux de la vente et de la relation client
- Utiliser des outils bureautiques et digitaux de base
- Avoir une première expérience en prospection commerciale (souhaitée)

### **Objectifs et compétences visées**

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Analyser leur marché et segmenter leurs cibles de prospection
- Définir une stratégie de prospection multicanale cohérente
- Construire un plan d'actions commerciales structuré et mesurable
- Concevoir des messages de prospection adaptés à chaque canal
- Mettre en œuvre des campagnes de prospection efficaces
- Piloter la performance commerciale à l'aide d'indicateurs clés
- Optimiser leurs actions grâce à l'analyse des résultats

### **Méthodes pédagogiques mobilisées**

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet
- Accompagnement individualisé : Coaching et adaptation aux contextes participants
- Évaluations formatives : Quiz, exercices pratiques, études de cas

### **Durée**

14 heures

### **Tarif**

700 € TTC

## PLANNING DE FORMATION

### Jour 1 : Structurer sa stratégie de prospection multicanale

08h00 - 08h30 : Accueil et cadrage de la formation

- Identifier les attentes et besoins des participants
- Présenter les objectifs et le déroulé pédagogique
- Formaliser les indicateurs de réussite individuels

08h30 - 10h00 : Analyse de marché et ciblage commercial

- Analyser son environnement commercial et concurrentiel
- Segmenter ses cibles à l'aide de critères pertinents
- Construire des personas clients opérationnels

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Définition d'une stratégie multicanale

- Identifier les canaux de prospection adaptés (email, téléphone, réseaux sociaux, terrain)
- Structurer un parcours de prospection cohérent
- Hiérarchiser les actions selon leur potentiel de conversion

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Construction du plan de prospection

- Élaborer un plan d'actions commerciales structuré
- Planifier les actions dans le temps
- Définir des objectifs quantitatifs et qualitatifs

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Création des messages de prospection

- Rédiger des accroches commerciales impactantes
- Adapter les messages selon les canaux
- Personnaliser les approches pour maximiser l'engagement

## PLANNING DE FORMATION

### Jour 2 : Déployer et piloter sa stratégie de prospection

08h00 - 08h30 : Réactivation des acquis

- Consolider les notions clés du jour 1
- Identifier les axes d'amélioration
- Partager les retours d'expérience

08h30 - 10h00 : Mise en œuvre des campagnes de prospection

- Structurer une campagne multicanale
- Utiliser des outils CRM et d'automatisation
- Organiser le suivi des prospects

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Techniques de relance et de conversion

- Mettre en œuvre des relances efficaces
- Gérer les objections commerciales
- Transformer les prospects en opportunités

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Pilotage de la performance commerciale

- Identifier les indicateurs clés de performance (KPI)
- Construire des tableaux de bord de suivi
- Analyser les résultats des actions menées

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Optimisation et plan d'action individuel

- Identifier les leviers d'amélioration
- Ajuster la stratégie en fonction des résultats
- Formaliser un plan d'action personnalisé

**Méthode d'évaluation**

Évaluation finale sous forme de mise en situation commerciale complexe : chaque participant devra concevoir et présenter une stratégie de prospection multicanale complète, incluant ciblage, plan d'actions et indicateurs de pilotage, suivie d'un débriefing individualisé avec le formateur.