Prospecter et gagner de nouveaux clients

Commerce - Achats - Vente

07/11/2026

Public et prérequis

Toute personne amenée à développer une activité commerciale ou à proposer de nouveaux clients :
Commerciaux sédentaires ou itinérants
Technico commerciaux
Chargés d'affaires
Toute personne souhaitant renforcer son efficacité en prospection

Être à l'aise avec les outils numériques courants

Les objectifs

Définir une stratégie de prospection efficace
Optimiser ses outils de prospection
Réussir sa prise de contact avec le client
Construire un premier entretien commercial
Convaincre et engager le prospect
Organiser un suivi commercial performant

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE DU PARCOURS :
Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques
Mises en situation professionnelle, jeux de rôles et études de cas
Simulations complètes d'entretien commercial

Exercices d'application sur le projet des participants.
Échanges d'expériences et bonnes pratiques.
Utilisation d'outils digitaux.

ENCADREMENT PÉDAGOGIQUE :
Il est assuré par un formateur référent.
La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Multiples cas pratiques, mises en situations et jeux de rôles à partir d'exercices concrets.
Outils et documents types

Contenu de la formation

Définir une stratégie de prospection efficace

RÉFÉRENCE
COAV0058

CENTRES DE FORMATION
Saint-Quentin, Amiens

DURÉE DE LA FORMATION
2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH
Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

• 60 ans d'existence
• Une communauté de 3 100 alternautes
• 24 000 stagiaires formés par an
• 3 500 entreprises qui nous font confiance

• Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
• L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
• La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
• Une pédagogie active
• Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

Identifier ses objectifs commerciaux
Définir et prioriser ses cibles
Segmenter son portefeuille prospects
Évaluer le potentiel des prospects
Choisir les canaux de prospection les plus adaptés
Atelier : Construire sa stratégie de prospection

Optimiser ses outils de prospection

Construire et enrichir son fichier prospects
Exploiter LinkedIn et les réseaux sociaux pour identifier de nouvelles opportunités
Utiliser l'IA pour préparer ses recherches, personnaliser ses approches et gagner en efficacité
Organiser ses informations commerciales

Réussir sa prise de contact avec le client

Préparer un appel ou un premier échange
Susciter l'intérêt dès les premières secondes
Construire un pitch commercial impactant
Adapter sa communication selon le canal (téléphone, e-mail, LinkedIn, visio…)
Répondre aux objections les plus fréquentes
Mises en situation : Entrainement au pitch commercial et aux prises de contact

Construire un premier entretien commercial

Instaurer un climat de confiance
Identifier les besoins et les motivations du prospect
Utiliser les techniques de questionnement et d'écoute active
Reformuler pour valider la compréhension
Détecter les opportunités de développement
Jeux de rôles : Conduite d'entretiens de découverte

Convaincre et engager le prospect

Construire une argumentation orientée bénéfices client
Adapter son discours au profil du prospect
Traiter les objections avec méthode
Repérer les signaux d'intérêt
Conclure positivement l'entretien et obtenir un engagement
Mises en situation : Argumentation et traitement des objections

Organiser un suivi commercial performant

Construire un plan de prospection réaliste
Mettre en place une routine commerciale efficace
Planifier les relances
Fidéliser et développer les clients existants
Transformer chaque contact en opportunité d'affaires
Développer un état d'esprit orienté résultats

Modalité d’évaluation

Questionnaire de positionnement en début de formation.
Quizz de validation des connaissances
Exercices d'application
Mises en situation commerciales évaluées
Elaboration d'un plan d'action individuel en fin de formation