

Certificat de Compétences en Entreprise | Digital | Webmarketing | Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

Réaliser une prospection commerciale efficace avec les outils et les canaux phygitaux [Parcours Certifiant]



En résumé

Référence

PROS-CCE-6951-01

Dans un environnement commercial de plus en plus concurrentiel, la prospection ne se limite plus aux approches traditionnelles. Les entreprises doivent aujourd'hui combiner actions terrain et outils numériques pour identifier leurs prospects, générer des leads qualifiés et développer durablement leur activité commerciale.

Cette formation vous permet d'acquérir les méthodes et outils indispensables pour préparer, conduire et piloter des actions de prospection commerciale en mobilisant efficacement les canaux phygitaux (présentiel et digital).

Éligible au CPF, ce programme vous donne les clés pour développer des compétences opérationnelles immédiatement applicables.

Validez le [Certificat de Compétences en Entreprise \(CCE\) – Réaliser une prospection commerciale efficace avec les outils et les canaux phygitaux \(RS6951\)](#) délivré par CCI France et reconnu par France Compétences.

Inscrivez vous dès maintenant sur Mon Compte Formation (CPF).



Objectifs

Développer vos compétences pour organiser et piloter une démarche de prospection commerciale performante en mobilisant les outils numériques et les canaux phygitaux.

A l'issue du parcours de formation, vous serez en capacité de :

- Définir une stratégie de prospection commerciale en cohérence avec les objectifs de l'entreprise.
- Identifier et qualifier des cibles de prospection pertinentes.
- Conduire des actions de prospection multicanales (phoning, réseaux sociaux, e-mailing, visio).
- Analyser l'efficacité des actions de prospection et ajuster la stratégie commerciale.



Programme

Notre formation est structurée en blocs d'apprentissage progressifs, avec une approche pratique et immersive pour un maximum d'efficacité.

Bloc de compétence 1 : Préparer une stratégie de prospection commerciale

Identification des cibles de prospection

- Identifier et hiérarchiser les cibles et segments de prospects
- Comprendre les enjeux commerciaux et les attentes des prospects

Définition de la stratégie de prospection

- Déterminer les objectifs commerciaux et les indicateurs de performance
- Planifier les actions de prospection (périodes, fréquence, canaux)

Bloc de compétence 2 : Construire et organiser les outils de prospection

Constitution et qualification d'un fichier prospects

- Création ou actualisation d'un fichier prospects
- Utilisation d'un CRM pour structurer les informations
- Respect des règles de traitement des données et du RGPD

Élaboration d'un argumentaire commercial

- Construction d'un argumentaire adapté à la cible
- Personnalisation du message commercial selon le profil du prospect

Bloc de compétence 3 : Mettre en œuvre les actions de prospection multicanales

Prospection digitale et réseaux sociaux

- Création de contenus attractifs pour générer des leads
- Planification et diffusion de messages commerciaux

Techniques de prospection directe

- Conduite d'entretiens téléphoniques de prospection
- Réalisation d'un pitch commercial efficace en face à face ou en visio
- Adaptation de la communication au profil du prospect

Bloc de compétence 4 : Piloter et analyser les actions de prospection

Suivi des actions commerciales

- Organisation du suivi des actions de prospection
- Utilisation d'outils de pilotage commercial

Analyse de la performance commerciale

- Construction d'indicateurs et tableaux de bord
- Analyse des résultats et mise en place d'actions correctives



Méthodes pédagogiques

- Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

- Évaluation finale permettant de mesurer les connaissances et compétences acquises et d'apprécier la progression réalisée.
- Recueil de la satisfaction des participants via un questionnaire et un temps d'échange en fin de session.
- Remise d'une attestation de fin de formation à chaque stagiaire.



Intervenants

Nos formations sont animées par des professionnels aguerris, spécialistes de la pédagogie et de la formation en entreprise, avec une solide expérience opérationnelle et pédagogique.

Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.



Évaluation

L'évaluation repose soit :

- sur une épreuve écrite, en réalisant une étude de cas écrite d'une durée de 2 heures, en conditions d'examen et en temps limité, basée sur une mise en situation professionnelle simulée de recrutement et production des livrables attendus en entreprise ;
- soit sur l'élaboration d'un portefeuille de preuves, constitué d'éléments professionnels ou extraprofessionnels démontrant la maîtrise des compétences visées au travers des expériences.

La certification est délivrée lorsque le candidat valide au minimum 80 % des compétences du référentiel à l'issue de l'évaluation globale.