

# Prospecter et entrer en contact

Savoir qui appeler, quoi lui dire, et l'avoir déjà fait.

14 heures

Présentiel et distance

5 à 12 participants

990 € HT

Vous savez que la prospection est vitale, et vous la faites en dernier. Deux jours pour construire votre plan, votre fichier et vos messages sur votre offre réelle, puis passer un vrai appel devant un évaluateur.

## Ce que vous saurez faire

À la fin des deux jours, vous savez faire quatre choses.

- Construire votre plan de prospection : votre client idéal, trois segments priorités.
- Constituer un fichier de vingt prospects avec l'IA, et vérifier ce qu'elle invente.
- Concevoir votre séquence de contacts sur quinze jours, sur plusieurs canaux.
- Conduire un appel de prospection à froid et obtenir un rendez-vous.

## Le programme

### 01 Poser le socle

1 h 30 · à distance

Votre client idéal, le cadre légal, et un questionnaire où vous vous trompez sans témoin.

### 02 Cibler et qualifier

5 h · présentiel

Vous construisez votre plan, puis vous démontez un fichier produit par une IA.

### 03 Vérifier au réel

30 min · à distance

Vous vérifiez vos vingt lignes. Vous trouvez des erreurs, et votre ciblage bouge.

### 04 Séquencer et appeler

5 h · présentiel

Votre séquence sur quinze jours le matin. Un vrai appel, chronométré, l'après-midi.

### 05 Ancrer et transférer

2 h · à distance

Vos modèles, vos fiches mémo, et un défi de trente jours avec des relances.

## Public visé et prérequis

### Public visé

Commerciaux en poste qui veulent structurer leur démarche, personnes en reconversion vers une fonction commerciale, et dirigeants de TPE qui prospectent eux-mêmes.

### Prérequis

Aucun diplôme requis. Un ordinateur portable et un téléphone mobile pendant les deux journées, et une activité qui comporte de la prospection.

## Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le participant est capable de :

- C1.** Construire un plan de prospection ciblé en définissant le profil idéal de son offre, en segmentant et priorisant les cibles à partir de critères objectifs, en fixant des objectifs et indicateurs de suivi mesurables, afin de concentrer l'effort commercial sur les prospects à plus fort potentiel de conversion.
- C2.** Constituer et qualifier un fichier de prospects B2B en mobilisant des sources de données professionnelles et des outils d'intelligence artificielle générative, en vérifiant la fiabilité des données produites et en appliquant les obligations légales de la prospection B2B, afin de disposer d'une base de contacts exploitable et licite.
- C3.** Concevoir une séquence de prospection multicanale personnalisée en articulant les canaux téléphonique, courriel et réseau social professionnel, en planifiant la cadence des points de contact et des relances, et en personnalisant chaque message à partir des données du prospect, afin de maximiser le taux de réponse.
- C4.** Conduire un entretien de prise de contact à distance et obtenir un rendez-vous qualifié en structurant son accroche, en franchissant les filtres, en pratiquant l'écoute active et en traitant les objections selon une méthode structurée, afin de transformer un contact froid en opportunité commerciale.

## Informations pratiques

Les mentions ci-dessous sont celles que tout organisme de formation doit rendre accessibles au public.

|                      |                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Durée</b>         | 14 heures : 10 heures en présentiel réparties sur 2 journées, et 4 heures à distance en autoformation encadrée                                                                                                                      |
| <b>Modalité</b>      | Formation mixte : présentiel et distanciel asynchrone sur plateforme                                                                                                                                                                |
| <b>Effectif</b>      | 5 à 12 participants                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Lieu</b>          | En salle, dans les locaux du client ou dans une salle louée à cet effet. La partie à distance se suit depuis la plateforme, sur ordinateur.                                                                                         |
| <b>Tarif</b>         | 990 € HT par participant en inter. En intra, sur devis.                                                                                                                                                                             |
| <b>Délai d'accès</b> | L'inscription est possible jusqu'à 10 jours ouvrés avant le démarrage du module à distance, sous réserve des places disponibles. Le module amont s'ouvre 10 jours avant la première journée en salle.                               |
| <b>Public visé</b>   | Commerciaux en poste qui veulent structurer leur démarche, personnes en reconversion vers une fonction commerciale, et dirigeants de TPE qui prospectent eux-mêmes.                                                                 |
| <b>Prérequis</b>     | Aucun diplôme. Maîtrise du français à l'écrit et à l'oral, niveau B1. Aisance numérique de base : navigation web et utilisation d'un tableur. Disposer d'un ordinateur portable et d'un téléphone mobile pendant les deux journées. |

|                               |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Méthodes mobilisées</b>    | Formation orientée production : sept heures sur dix en salle sont consacrées à la pratique, sur l'offre réelle du participant. Un cas d'entreprise fil rouge sert aux démonstrations.                                                                |
| <b>Modalités d'évaluation</b> | Questionnaire de positionnement en amont, quatre productions évaluées sur grilles critériées, une mise en situation d'appel, un questionnaire final, puis une mesure d'impact à soixante jours.                                                      |
| <b>Validation</b>             | Les quatre compétences acquises au niveau 3 sur 4 minimum, sans compensation, et le questionnaire final au-dessus de 70 %.                                                                                                                           |
| <b>Sanction</b>               | Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la durée et les résultats de l'évaluation des acquis.                                                                                                                                     |
| <b>Encadrement</b>            | La formation est animée par un formateur justifiant d'une expérience opérationnelle de la prospection B2B et d'une pratique de l'animation en formation professionnelle.                                                                             |
| <b>Accessibilité</b>          | Le recueil des besoins est systématique et se fait en amont : le questionnaire de positionnement comporte un champ dédié aux besoins d'adaptation liés à une situation de handicap. Référent handicap : Delphine Ducarme, ducarmedelphine@gmail.com. |
| <b>Résultats</b>              | Formation créée en 2026. Les indicateurs seront publiés après les premières sessions.                                                                                                                                                                |
| <b>Contact</b>                | AKMENS Formations, SAS au capital de 10 000 €, SIRET 130 112 980 00011. 140 D Impasse de Villeverte, 30900 Nîmes. ducarmedelphine@gmail.com.                                                                                                         |

AKMENS Formations, SAS au capital de 10 000 €, SIRET 130 112 980 00011. 140 D Impasse de Villeverte, 30900 Nîmes. ducarmedelphine@gmail.com.

Le numéro de déclaration d'activité sera mentionné ici dès son enregistrement auprès du préfet de région. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État.

Fiche éditée le 11 octobre 2026 depuis [akmens-formations.com/formations/prospecter-et-entrer-en-contact/](https://akmens-formations.com/formations/prospecter-et-entrer-en-contact/)