Prospecter : la découverte du client



Mise à jour le 24/11/2026

Objectifs

A l'issue de la formation, l'apprenant(e) sera en capacité de :

- Construire son plan et ses outils de prospection
- Acquérir une méthodologie pour organiser et planifier sa prospection, cibler et qualifier ses prospects, mesurer et analyser ses résultats
- Identifier les différents moyens pour prospecter et les compétences indispensables
- Savoir répondre aux objections de ses prospects
- Connaître les erreurs à ne pas commettre

Public

Commercial, Vendeur ou Assistante Commerciale en poste ou en devenir

Programme | Jour 1 – Atelier Compétences

Préparer ses appels

- Préparer les fichiers et argumentaires adaptés à la cible
- Créer un environnement propice à la prospection : temps, lieu, mental
- Repérer et qualifier les prospects
- Se fixer un objectif et un temps par appel

Savoir se présenter et susciter l'intérêt dès les premiers instants

- Appréhender le déroulé d'un entretien de prospection
- Valoriser et prendre appui sur l'interlocuteur quel qu'il soit, plutôt que de vouloir franchir ou contourner le « barrage secrétaire »
- Personnaliser le contact
- Capter l'intérêt du prospect, susciter son intérêt et l'inciter à l'action
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites
- Choisir un vocabulaire professionnel et adapté au téléphone, argumenter
- Adopter les attitudes pertinentes

Prendre rendez-vous

- Savoir proposer le rendez-vous au bon moment et en argumenter l'intérêt
- Rebondir sur les objections spécifiques et utiliser les arguments de l'interlocuteur
- Préserver la relation avec le prospect, même face à l'agressivité
- Conclure positivement l'entretien quelle que soit l'issue
- Apprendre à se remotiver après un appel non abouti

Finaliser la prospection

- Synthétiser les informations obtenues sur le prospect.
- Organiser le suivi de nos appels : établir un plan de relance, gérer les rappels, les fiches clients, suivre ses résultats, se fixer des indicateurs
- Faire le point et se fixer de nouveaux objectifs pour un éventuel second entretien de prospection
- S'auto-analyser pour augmenter son taux de réussite

Programme | Jour 2 – Mise en pratique

Accompagnement à la réalisation du plan et des actions de prospection

- Choix de la cible
- Préparation du plan de prospection
- Réalisation de l'argumentaire et des phrases d'accroche
- Entrainement aux appels et/ou entretiens de prospection en face à face
- Préparation du tableau de suivi

DURÉE & DATES

1 jour soit **7 heures**

- 19 avril 2027
- 29 juin 2027

- 1er décembre 2027

Pour être informé d'éventuelles dates supplémentaires
ou organiser une formation sur votre site : Écrivez à formationcontinue27@normandie.cci.fr

COÛT INTERENTREPRISES

900 € net de taxe / pers.

EFFECTIFS INTERENTREPRISES

Min. : 3 participants
Max. : 8 participants

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Apports théoriques et échanges, mises en situation, jeux pédagogiques, exercices
- Séances de formation en salle
- Supports de cours fournis aux stagiaires au format papier ou numérique.

SUIVI ET ÉVALUATION

- Signature de feuilles d'émargement.
- Évaluation sous forme de questions orales ou écrites (QCM), mises en situation.
- Questionnaire de satisfaction.
- Attestation de formation.

ENCADREMENT

Consultant Formateur en Techniques Commerciales.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Retrouvez notre charte d'accueil des personnes en situation de handicap en cliquant ici

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Retrouvez toutes les modalités d'inscription à nos formations en cliquant ici

DÉROULEMENT DE LA FORMATION

Vous souhaitez savoir comment se déroule une formation à la CCI Portes de Normandie ? Cliquez ici pour en connaître le déroulement.

BESOINS D'INFOS

DANS LE MEME DOMAINE

Adopter une stratégie commerciale et définir un plan d’action

Fidéliser sa clientèle

Mener une négociation commerciale

Maîtriser l’entretien de vente

Négocier et défendre ses marges

Optimiser l’accueil client

Prospecter : la découverte du client

Stratégie de communication et sa déclinaison sur le Web

Réaliser une étude de marché

Traiter efficacement les réclamations

ACCUEIL