

PROSPECTER EFFICACEMENT

Comprendre les spécificités de la prospection B2B et Grands Comptes et structurer une stratégie multicanale intégrant humain et digital, identifier et hiérarchiser les comptes à fort potentiel, puis construire un plan de prospection opérationnel, mesurable et fondé sur valeur et crédibilité relationnelle.

PROGRAMME

1. MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX DE LA PROSPECTION B2B ET GRANDS COMPTES

Comprendre les spécificités et enjeux de la prospection

Analyse du cycle d'achat complexe, segmentation stratégique, cartographie des décideurs et influenceurs.

Combiner efficacement les canaux digitaux et humains

Stratégie de prospection hybride, social selling, cold calling ciblé, e-mailing personnalisé, networking sélectif, participation aux cercles d'affaires.

Construire une proposition de valeur différenciante dès le premier contact Elevator Pitch B2B et Grands Comptes, storytelling d'ouverture, approche "Value-Based Prospecting".

2. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE CIBLAGE CLAIRE ET PRIORISÉE

Identifier les segments de comptes à fort potentiel stratégique

Utilisation de la méthode ICP (Ideal Customer Profile) et critères spécifiques au B2B et Grands Comptes.

Évaluer la pertinence et le potentiel d'un compte cible

Matrice Potentiel / Accessibilité / Alignement Stratégique, scoring par indicateurs objectifs.

Prioriser et organiser son portefeuille de prospection

Cartographie portefeuille, tableau de hiérarchisation, grille de priorisation (Target Matrix).

3. IDENTIFIER ET QUALIFIER LES CIBLES À HAUTE VALEUR

Mener une recherche d'informations à forte valeur sur ses comptes cibles

Veille stratégique, recherche d'intelligence économique, utilisation d'outils spécifiques, bases de données sectorielles.

Identifier les interlocuteurs clés au sein du compte client

DMU (Decision Making Unit), cartographie décisionnelle, analyse des rôles.

Qualifier la maturité et le potentiel du lead

BANT, CHAMP, MEDDIC, adaptées aux réalités du marché B2B et Grands Comptes.

4. CONSTRUIRE ET PILOTER UN PLAN DE PROSPECTION PERFORMANT

Concevoir un plan de prospection opérationnel et mesurable

Prospect Plan, planification hebdomadaire, structuration d'objectifs SMART.

Organiser et suivre son pipeline commercial

CRM, tableau de bord de suivi, indicateurs de conversion et taux de contact.

Adapter sa démarche selon le niveau de maturité du prospect

Modèle Buyer Journey B2B et Grands Comptes, nurturing relationnel, relances intelligentes à valeur ajoutée.

RÉF : CO-PE

DURÉE

2 Jours

CIBLE

Commerciaux B2B et Grands Comptes, Ingénieurs d'Affaires, Account Executives B2B.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience de vente B2B ou avoir suivi la formation "Introduction à la Vente B2B".

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les spécificités et la logique de la prospection B2B et Grands Comptes.
- Structurer une stratégie de prospection multicanale intégrant l'humain et le digital.
- Identifier, qualifier et hiérarchiser les comptes à fort potentiel.
- Construire un plan de prospection opérationnel et mesurable.
- Adopter une approche de conquête basée sur la valeur et la crédibilité relationnelle.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : alternance d'apports, simulations de prospection et retours d'expérience.
- Méthodes actives : jeux de rôles, études de cas réels, auto-diagnostic individuel.
- Ateliers pratiques : élaboration en séance du plan de prospection et du pitch d'ouverture de compte.
- Coaching opérationnel : feedback personnalisé et plan d'action individuel.

FORMAT : PRÉSENTIEL