

# QUALIFIER ET PRIORISER SES OPPORTUNITÉS

Identifier et appliquer les critères de qualification d'une opportunité B2B et Grands Comptes selon la complexité du cycle de vente, évaluer sa qualité, sa faisabilité et sa valeur stratégique, mettre en place un scoring rigoureux, anticiper les risques et développer une culture de qualification continue.

## PROGRAMME

### 1. COMPRENDRE LA LOGIQUE DE QUALIFICATION

Identifier les composantes d'une opportunité  
Analyse des critères de complexité, valeur, temporalité et alignement stratégique, Opportunity Breakdown.  
Différencier lead, prospect et opportunité réelle  
Entonnoir de conversion, modèle "3C" (Contact – Conversion – Closing), mapping du Buyer Journey, repérage des signaux faibles et déclencheurs d'opportunité.  
Évaluer la maturité de l'opportunité dans le cycle d'achat  
Modèle "Awareness / Consideration / Decision", identification du stade du prospect, priorisation des actions correspondantes.

### 2. MAÎTRISER LES OUTILS DE QUALIFICATION AVANCÉE

Appliquer les grilles de qualification B2B et Grands Comptes  
BANT, CHAMP, MEDDIC, GPCT, Simulation de qualification sur un cas réel client.  
Déterminer la valeur stratégique et économique d'une opportunité  
Calcul du score d'attractivité commerciale, analyse du ROI client, évaluation du "Strategic Fit".  
Qualifier les décideurs et parties prenantes clés  
Cartographie DMU (Decision Making Unit), matrice influence/pouvoir, analyse politique de compte.

### 3. ÉVALUER LES RISQUES ET OBSTACLES DE CHAQUE OPPORTUNITÉ

Identifier les facteurs de risque dans le cycle de vente  
Matrice de risque commercial, check-list "Red Flags", scoring d'incertitude, "Risk Radar".  
Analyser les freins internes et externes à la concrétisation  
Analyse SWOT d'opportunité, identification des freins décisionnels, contraintes budgétaires ou politiques.  
Mettre en place un plan d'action correctif pour sécuriser l'opportunité  
Plan de mitigation, stratégie d'influence interne, implication du sponsor exécutif.

### 4. PRIORISER ET PILOTER SON PORTEFEUILLE D'OPPORTUNITÉS

Structurer un scoring de priorisation robuste et objectif  
Matrice Potentiel / Probabilité / Urgence, pondération par critères chiffrés, "Opportunity Priorization Grid".  
Piloter son pipeline de manière proactive  
Les revues d'opportunités, forecast collaboratif, pipeline review hebdomadaire, CRM's, tableau de suivi visuel.  
Allouer son temps et ses ressources sur les opportunités à fort levier  
Plan d'allocation 80/20, arbitrage des efforts, focus sur les deals à valeur stratégique.

RÉF : CO-QP

DURÉE

2 Jours

#### CIBLE

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

#### PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Prospecter efficacement" ou justifier d'une expérience terrain en prospection B2B.

#### OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier les critères de qualification d'une opportunité selon la complexité du cycle de vente et évaluer la qualité, la faisabilité et la valeur stratégique d'une opportunité.
- Mettre en place un système rigoureux de scoring et de priorisation pour optimiser les efforts commerciaux.
- Anticiper les risques de perte et renforcer la fiabilité du pipeline.
- Développer une culture de qualification continue et partagée dans l'équipe.

#### PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : alternance d'apports conceptuels, d'exercices pratiques et de simulations de qualification.
- Méthodes actives : cas réels d'opportunités à analyser et prioriser.
- Ateliers collaboratifs : construction en équipe d'un pipeline qualifié.
- Coaching opérationnel : feedback individuel sur les grilles de qualification utilisées par les participants.

FORMAT : PRÉSENTIEL