

OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

Comprendre les principes essentiels de l'intelligence artificielle générative, identifier les usages de l'IA dans la prospection commerciale, définir et affiner leurs cibles de prospection, formuler des instructions efficaces à un outil d'IA. Créer des messages de prospection personnalisés, structurer une séquence de prise de contact et de relance. Vérifier la qualité et la pertinence des contenus générés, utiliser l'IA dans le respect de la réglementation et des données personnelles.

PARTICIPANT

Commerciaux, business developers, responsables commerciaux, chargés de développement, entrepreneurs, consultants et toute personne impliquée dans la prospection et l'acquisition de nouveaux clients.

PRÉ-REQUIS

Aucune connaissance technique en intelligence artificielle n'est requise.

FORMATEURS

Spécialiste en commerce et nouvelles technologies.

MODALITÉS ET PÉDAGOGIE

- Questionnaire d'évaluation en début et en fin de formation
- Cas pratiques et études de cas, Quiz
- Horaires : 9h00 à 12h30 – 13h30 à 17h00
- Nombre maximum de stagiaires : 8
- Formation disponible à distance ou en présentiel

- Méthode interactive et intuitive
- Support de formation remis aux participants
- Assistance Technique et Pédagogique
- Attestation de fin de stage
- Questionnaire de fin de formation

PROGRAMME**1. Comprendre l'intelligence artificielle appliquée à la prospection**

Définition et principes de fonctionnement de l'intelligence artificielle générative.
Différences entre automatisation, moteur de recherche et IA générative.
Présentation des principales catégories d'outils utiles à la prospection.
Capacités des modèles de langage.
Limites des outils : erreurs, biais, hallucinations et informations obsolètes.
Importance du contrôle humain.

2. Définir ses cibles et préparer sa prospection

Clarification de l'offre, de la proposition de valeur et des objectifs commerciaux.
Définition du profil de client idéal.
Identification des secteurs, entreprises et fonctions à cibler.
Analyse des besoins, enjeux et difficultés des prospects.
Création de personas commerciaux.
Identification des signaux et événements pouvant déclencher une prise de contact.
Préparation d'angles de prospection adaptés à chaque cible.

Organisation et qualification des informations collectées.**3. Formuler des instructions efficaces à l'IA**

Définir clairement l'objectif de la demande.
Fournir le contexte commercial nécessaire.
Présenter l'offre, la cible et la proposition de valeur.
Préciser le canal, le ton et le format souhaités.
Demander des messages courts, précis et orientés vers le prospect.
Décomposer une demande complexe en plusieurs étapes.
Améliorer progressivement une réponse.
Éviter les formulations génériques, excessives ou non vérifiables.

4. Créer des contenus de prospection personnalisés

Rédaction d'e-mails de prise de contact.
Création de messages pour les réseaux professionnels.
Préparation de scripts d'appels téléphoniques.
Rédaction d'accroches et d'objets d'e-mails.
Adaptation des messages selon le profil du prospect.
Personnalisation à partir d'informations publiques pertinentes.
Présentation des bénéfices de l'offre.
Formulation d'appels à l'action clairs.
Création de variantes selon les différents canaux de communication.

5. Structurer les relances et le suivi commercial

Construction d'une séquence de prospection multicanale.
Définition des différentes étapes de prise de contact.
Rédaction de messages de relance.
Variation des angles d'approche au fil des contacts.
Préparation des réponses aux objections fréquentes.
Synthèse des échanges avec un prospect.
Préparation d'un rendez-vous commercial.
Rédaction de comptes rendus et de messages de suivi.
Exploitation des informations issues du CRM.

6. Prospecter de manière responsable et efficace

Vérification des informations produites par l'IA.
Contrôle de la cohérence des messages avec l'identité de l'entreprise.
Protection des données personnelles et commerciales.
Utilisation prudente des informations disponibles en ligne.
Respect des règles applicables à la prospection commerciale.
Prévention des messages trompeurs, intrusifs ou trop automatisés.
Maintien d'une validation humaine avant l'envoi.
Définition des usages autorisés, encadrés ou interdits.
Mise en place d'indicateurs de suivi des performances.
Amélioration continue des messages et des séquences.