PROGRAMME DE FORMATION

Prospection et Fidélisation Clientèle

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0755

VERSION
V2026-007

ÉDITION
19 novembre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente

DURÉE
40 h

MODALITÉ
Distanciel asynchrone (e-learning) · Présentiel · Classe virtuelle (distanciel synchrone, en visio)

PROGRAMME
7 modules
48 leçons

SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

- définir ses cibles prioritaires, le profil de son client idéal et une proposition de valeur, et constituer un fichier de prospects qualifié ;

- organiser et planifier ses actions de prospection, et exploiter la veille et les signaux d'affaires ;

- mener une prospection par téléphone, par courrier électronique et sur les réseaux professionnels, et construire une séquence de relances ;

- obtenir un rendez-vous, découvrir les besoins de l'interlocuteur, argumenter et conclure un premier entretien ;

- suivre son activité à l'aide d'indicateurs et de l'entonnoir de conversion, organiser son temps et tenir un fichier client fiable et conforme ;

- segmenter sa clientèle, mettre en place des actions de fidélisation et gérer une réclamation sans dégrader la relation ;

- prévenir le départ des clients, reconquérir un client perdu, préparer un renouvellement et développer son portefeuille par la recommandation et les ventes additionnelles.

L'essentiel de la formation

Public visé

Commerciaux, technico-commerciaux, chargés de clientèle, créateurs ou dirigeants d'entreprise, travailleurs indépendants et toute personne chargée de développer et d'entretenir une clientèle.

Prérequis

Débutant ou intermédiaire : aucune expérience de la prospection n'est exigée ; les personnes déjà en poste y trouveront des méthodes pour structurer leur démarche.

Aucun prérequis technique

Disposer d'un ordinateur ou d'une tablette

Disposer d'une connexion Internet

Disposer d'une adresse électronique

Modalités et déroulement

Formation à distance sur la plateforme WILL FORMATION, avec accès individuel aux contenus, exercices et quiz, en entrées et sorties permanentes. Un accompagnement pédagogique est assuré pendant toute la durée du parcours. Selon les besoins, la formation peut aussi être organisée en présentiel ou en format mixte, dans les conditions convenues lors de l'inscription.

Effectif pour les temps en présentiel : **6 participants au plus**.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques courts sous forme de contenus en ligne
- Exemples et études de cas
- Exercices de rédaction de scripts d'appel et de messages de prospection
- Quiz d'auto-évaluation
- Accompagnement pédagogique à distance

Répartition du temps de formation : **24 %** théorique · **52 %** pratique · **24 %** évaluation

Moyens pédagogiques et techniques

- Accès individuel à la plateforme WILL FORMATION
- Contenus pédagogiques consultables à distance
- Fiches pratiques et modèles de suivi
- Quiz et exercices en ligne
- Accompagnement pédagogique à distance pendant la durée du parcours

Modalités d'évaluation

- Positionnement initial au démarrage du parcours
- Évaluations formatives par quiz et exercices tout au long du parcours
- Évaluation finale des acquis sous forme de questionnaire et d'étude de cas

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap sont invitées à signaler leurs besoins lors de leur demande d'inscription. Une étude personnalisée est réalisée afin de définir les adaptations pédagogiques, techniques ou organisationnelles appropriées. Lorsque le besoin ne peut pas être satisfait directement, une orientation vers un partenaire ou une structure spécialisée est proposée.

Référent handicap : **handicap@will-formation.com**

Tarif de la formation

Prix : **740 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

7 modules, 48 leçons — durée totale 40 h.

01 Cibler et organiser sa prospection

1. Évaluation pré-formation
2. Analyser son marché et définir ses cibles prioritaires
3. Constituer et qualifier un fichier de prospects
4. Fixer des objectifs et planifier ses actions
5. Construire le profil de son client idéal
6. Formuler sa proposition de valeur et son argumentaire de prospection
7. Veille commerciale et signaux d'affaires
8. Atelier : bâtir son plan de prospection sur un trimestre
9. QCM de fin de module

02 Les canaux de prospection

1. La prospection téléphonique : préparer et mener l'appel
2. Le courrier électronique et les réseaux sociaux professionnels, dans le respect des règles de protection des données
3. Salons, événements et prescripteurs
4. Construire une séquence de relances multicanale
5. Rédiger un courriel de prospection qui obtient une réponse
6. Développer sa présence sur un réseau social professionnel
7. Atelier : préparer et mener une campagne d'appels
8. QCM de fin de module

03 Obtenir et réussir le premier rendez-vous

1. Franchir les filtres et capter l'attention de l'interlocuteur
2. Répondre aux objections de prospection
3. Préparer et conduire le premier entretien
4. Découvrir les besoins : questionnement et écoute active
5. Présenter son offre et argumenter en caractéristiques, avantages, bénéfices
6. Conclure l'entretien et engager la suite
7. Atelier : conduire un entretien de découverte complet
8. QCM de fin de module

04 Suivre son activité de prospection

1. Indicateurs de suivi et tableau de bord
2. Les outils de gestion de la relation client
3. Analyser son entonnoir de conversion
4. Organiser sa semaine et son temps commercial
5. Tenir un fichier client fiable et conforme à la protection des données
6. Atelier : tableau de bord et plan d'action mensuel
7. QCM de fin de module

05 Fidéliser sa clientèle

1. Enjeux de la fidélisation et valeur d'un client dans la durée
2. Mesurer la satisfaction et soigner l'expérience client
3. Actions de fidélisation : suivi, contacts réguliers, offres adaptées
4. Segmenter sa clientèle pour mieux la fidéliser
5. Programmes de fidélité et avantages clients
6. Animer la relation : lettre d'information, événements et contenus utiles
7. Atelier : plan de fidélisation d'un portefeuille
8. QCM de fin de module

06 Développer son portefeuille clients

1. Traiter une réclamation pour préserver la relation
2. Obtenir des recommandations et proposer des ventes additionnelles
3. Repérer les clients à risque et prévenir leur départ
4. Reconquérir un client perdu
5. Préparer le renouvellement et défendre ses prix
6. Atelier : plan de développement d'un compte clé
7. QCM de fin de module

07 Évaluation finale du parcours

1. Étude de cas finale