



Thinking Intra

Organiser sa prospection commerciale avec des outils IA



Durée : 7h



Prix intra : 1090€ HT



Présentiel

Groupe de 4 à 8 personnes

Utiliser les nouveaux outils pour améliorer la qualité de la prospection et gagner du temps :

- comprendre comment chatgpt facilite les plans de com et la rédaction de messages commerciaux
- identifier les leviers de LinkedIn et de sales navigator pour cibler et qualifier
- utiliser l'IA pour une veille marché à des fins de prospection

Indicateurs de résultats :

Satisfaction : 4,8/5 • Acquisition : 96 %
(suivies et consolidées à chaque session)

Délai d'accès : inscription possible jusqu'à 10 jours
ouvrés avant le démarrage de la formation, sous
réserve de disponibilité et de validation des
modalités avec l'entreprise cliente.



Accessibilité

Les personnes en situation de handicap
sont invitées à signaler leurs besoins lors
de l'inscription afin d'étudier les
adaptations nécessaires.



PARTICIPANTS :

Force de vente



PREREQUIS

Aucun

Objectifs pédagogiques et compétences visées

- Etre capable de construire un plan d'action avec les outils.
- Personnaliser selon les comptes.
- Maîtriser les outils pour gagner en efficacité.

Méthodes pédagogiques

Pédagogie active : basée sur une alternance de cours théoriques, d'outils simples, concrets et efficaces et de cas pratiques. Le formateur s'adapte au rythme de chacun.

Les stagiaires se voient remettre le support et les matrices à utiliser par la suite pour mettre en application les fondamentaux appris en formation.

Modalités d'évaluation

Autopositionnement préalable.

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de questionnaires, d'exercices, mises en situation, travaux pratiques...

Autopositionnement en fin de parcours

Remise d'une attestation de suivi de la formation.

Accueil verbalisation des besoins

1. Cerner les enjeux de Chatgpt dans le plan de com

- Articuler stratégie d'entreprise et post LinkedIn.
- Utilisation pour gagner du temps.
- Composantes de prompt
- [QCM](#)

2. Construire sa stratégie LinkedIn

- Etablir son plan de com.
- Trouver des leads qualifiés à travers les posts.
- Les messages programmés.

[Argumenter son projet sur sa valeur stratégique et savoir pitcher](#)

3. Rechercher avec Sales Navigator

- Définir le personnae.
- Utiliser les outils de qualification.
- Faire des extractions.

[Argumenter le plan d'action et pitcher son positionnement](#)

4. Se développer avec Walaxy

- Lancer des capagnes
- Indicateurs de performance.
- Ajustement des actions.

[Argumenter et justifier les indicateurs de mesure choisis](#)

5. Définir & déployer un plan d'action

- Cadrer son tunnel de vente in bound et out bound
- Mettre à disposition des contenus au format social media.
- Définir ses indicateurs de pilotage.

[Argumenter le plan d'action et pitcher son positionnement](#)

Clôture et évaluation de fin de formation