

**AW  
LEARNING**

# **PROGRAMME DE FORMATION**

Structurer une  
stratégie de  
développement  
commercial B2B  
orientée  
performance  
digitale

14 heures

[AWLearning92@gmail.com](mailto:AWLearning92@gmail.com)



### **Modalités d'admission et de déroulement**

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone.

Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés.

Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance.

La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

### **Lieu de la formation**

La formation se déroule en présentiel au région parisienne

### **Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :**

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : AWLearning92@gmail.com

### **Délai et modalités d'accès**

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique

### **Prérequis**

- Disposer d'une première expérience commerciale B2B
- Maîtriser les fondamentaux de la relation client
- Utiliser couramment les outils numériques (CRM, emailing, tableurs)

### **Public concerné**

Managers, chefs d'équipe, cadres intermédiaires et toute personne en responsabilité d'encadrement souhaitant renforcer ses compétences en leadership et sa posture managériale

### **Objectifs pédagogiques et compétences visées**

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Développer une stratégie de prospection multicanale intégrant marketplaces B2B et campagnes d'emailing personnalisées afin d'augmenter le taux de conversion et le volume de leads qualifiés
- Structurer un tunnel d'acquisition digital aligné avec les parcours UX afin d'optimiser l'expérience prospect et réduire le cycle de vente
- Piloter les KPIs commerciaux (taux d'ouverture, taux de réponse, transformation, panier moyen) afin d'optimiser la rentabilité des actions commerciales
- Concevoir des offres commerciales sur mesure en s'appuyant sur l'analyse sectorielle et la segmentation marché
- Coordonner les équipes commerciales, marketing et ADV afin d'améliorer la fluidité opérationnelle et sécuriser la croissance du portefeuille clients

### **Durée**

14 heures

### **Tarif**

680 € TTC

### **Méthodes pédagogiques mobilisées**

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique incluant matrices stratégiques et tableaux de pilotage
- Accompagnement individualisé : Coaching sur la stratégie commerciale réelle des participants
- Évaluations formatives : Quiz, cas pratiques, construction d'un tunnel d'acquisition complet

### **Méthode d'évaluation**

Évaluation finale sous forme de mise en situation commerciale complexe :

Chaque participant devra :

- Construire un tunnel d'acquisition digital complet
- Définir les KPIs associés
- Présenter une offre commerciale segmentée

### **Programme de formation détaillé**

#### **Jour 1 : Définir une stratégie de prospection digitale performante**

##### **08h00 - 08h30 : Diagnostic stratégique initial**

- Analyser le positionnement actuel de l'entreprise sur son marché B2B
- Identifier les cibles prioritaires et qualifier les segments stratégiques
- Évaluer les canaux digitaux existants et leur performance

##### **08h30 - 10h00 : Structurer une stratégie de prospection multicanale**

- Cartographier les canaux digitaux (emailing, LinkedIn, marketplaces B2B, inbound)
- Concevoir une séquence de prospection multicanale cohérente
- Définir les objectifs de conversion par canal

##### **10h00 - 10h15 : Pause**

##### **10h15 - 12h00 : Concevoir des campagnes d'emailing personnalisées**

- Segmenter la base de données prospects
- Rédiger des messages à forte valeur ajoutée orientés problématique client
- Définir les scénarios d'automatisation et de relance

##### **12h00 - 13h30 : Pause déjeuner**

##### **13h30 - 15h00 : Intégrer les marketplaces B2B dans la stratégie**

- Identifier les marketplaces adaptées au secteur d'activité
- Structurer une offre différenciante sur plateforme
- Optimiser la visibilité et la performance des annonces

##### **15h00 - 15h15 : Pause**

##### **15h15 - 17h00 : Construire un tunnel d'acquisition digital performant**

- Définir les étapes du tunnel (attraction, engagement, conversion, fidélisation)
- Aligner les contenus et les points de contact avec le parcours UX
- Mesurer les points de friction et proposer des actions correctives

## **Jour 2 : Piloter la performance commerciale et coordonner les équipes**

### **08h00 - 08h30 : Rappel des acquis et mise en perspective stratégique**

- Reformuler les concepts clés du jour 1
- Identifier les leviers prioritaires à activer
- Structurer un plan d'action individuel

### **08h30 - 10h00 : Piloter les KPIs commerciaux**

- Définir les indicateurs stratégiques (taux d'ouverture, taux de réponse, transformation, panier moyen)
- Construire un tableau de bord de pilotage
- Analyser les écarts et ajuster les actions commerciales

### **10h00 - 10h15 : Pause**

### **10h15 - 12h00 : Concevoir des offres commerciales sur mesure**

- Analyser les besoins sectoriels et les tendances marché
- Segmenter les typologies clients
- Structurer une proposition de valeur différenciante et personnalisée

### **12h00 - 13h30 : Pause déjeuner**

### **13h30 - 15h00 : Coordonner les équipes commerciales, marketing et ADV**

- Définir les rôles et responsabilités dans le cycle de vente
- Mettre en place des process collaboratifs fluides
- structurer des réunions de pilotage orientées performance

### **15h00 - 15h15 : Pause**

### **15h15 - 17h00 : Atelier final – Construction d'une stratégie complète**

- Concevoir une stratégie digitale B2B complète à partir d'un cas réel
- Formaliser un plan d'action opérationnel à 90 jours
- Présenter la stratégie et argumenter les choix devant le groupe