



# CATALOGUE DES FORMATIONS PROSPACTIVE 2022



Siège social :  
FL DIFFUSION / PROSPACTIVE  
10C Rue Paul Verlaine – 21000 DIJON  
Tel : 03 80 58 72 95  
Email : [contact@prospactive.com](mailto:contact@prospactive.com)  
Site Internet : [www.prospactive.com](http://www.prospactive.com)  
SAS au capital de 481 008 €  
RCS 401 773 254 - Code NAF 7022Z



# SOMMAIRE

<b>Sommaire</b>	Page 2
<b>Présentation de FL DIFFUSION / PROSPACTIVE</b>	Page 3-4
<b>Organigramme</b>	Page 5
<b>Les formations proposées</b>	Page 6
Le Plan d'Actions Commerciales (PAC) .....	Page 7
Organiser sa prospection commerciale .....	Page 8
Méthodes et techniques de vente .....	Page 9
Le CRM Yellow Box .....	Page 10
La prise de rdv au téléphone .....	Page 11
Le traitement des objections .....	Page 12
<b>Votre parcours de formation</b>	Page 13-14
<b>Conditions générales de vente</b>	Page 15-16
<b>Nos coordonnées</b>	Page 17



## PRÉSENTATION DE FL DIFFUSION / PROSPACTIVE

PROSPACTIVE est le nom commercial de la société FL DIFFUSION, créée en 1995 par Frédéric LIOTARD, et spécialisée dans le développement commercial. Notre réseau national, composé d'une cinquantaine d'experts, accompagne des TPE et des PME dans la mise en place d'une stratégie, d'une action commerciale forte. Notre approche est basée sur des méthodologies et des outils éprouvés qui ont montré leur efficacité dans tous les secteurs depuis plus de 25 ans.

### Le parcours

#### 1. Audit complet

L'expert Prospactive intervient pour identifier les savoir-faire spécifiques de l'entreprise, valider ses objectifs, détailler l'organisation existante...

- Collecte des informations
- Analyse des informations
- Analyse des outils

#### 1. Actions

L'étape centrale débouche sur un plan d'actions commerciales détaillé, que le dirigeant doit approuver

- Rédaction de l'étude préalable
- Rédaction du plan d'actions
- Mise en place des actions opérationnelles

#### 1. Exécution et pilotage

L'expert Prospactive prend en charge le management des équipes, prépare les futures actions, et décide d'éventuelles adaptations du plan d'actions.

- Gestion de l'information commerciale
- Actions sur le terrain (**dont formation**)
- Accompagnement par l'expert

### Des formateurs présents sur toute la France

Avec un maillage national, nous pouvons vous proposer des formateurs sur toute la France, que ce soit dans les grandes villes (Paris, Bordeaux, Lyon, Lille, Strasbourg, Marseille...) mais également en province (Aveyron, Haute-Loire, Cher...).



## Le professionnalisme des formateurs PROSPACTIVE

Nos experts sont des formateurs aguerris dans leur domaine d'intervention, le développement commercial.

## Des formations adaptées aux besoins de chaque entreprise...

Nous vous proposons un panel de formations clés en main, dans le domaine commercial :

- Le Plan d'Actions Commerciales (PAC)
- Organiser sa prospection commerciale
- Méthodes et techniques de vente
- Le CRM Yellow Box
- La prise de RDV au téléphone
- Le traitement des objections

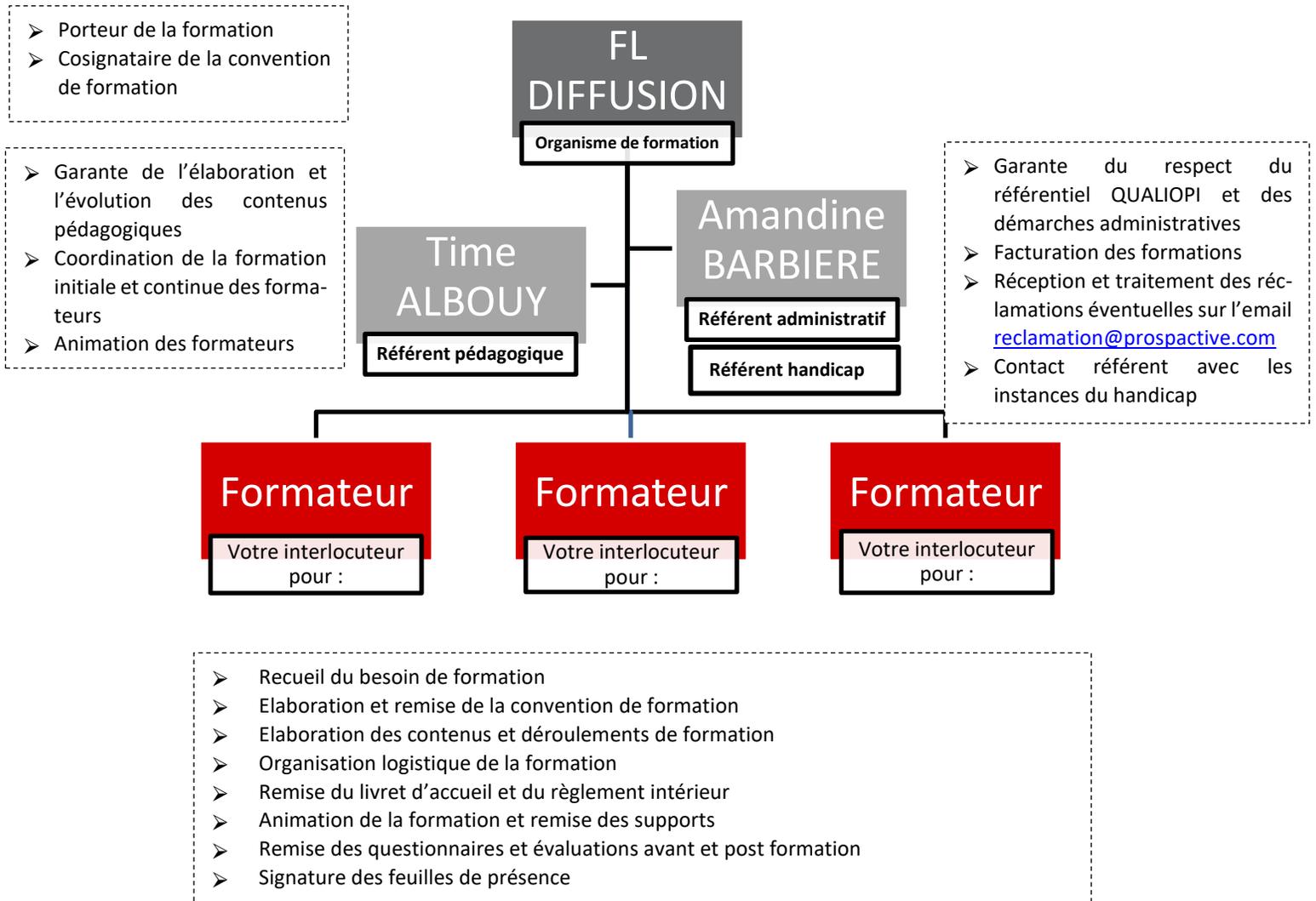
Des formations sur-mesure\* (hors thématiques proposées dans le catalogue), et répondant à un besoin spécifique de votre entreprise, peuvent également être dispensées par nos formateurs.

*\*Ces formations feront l'objet d'une étude et d'une offre spécifique pour l'ingénierie et la mise en œuvre, les modalités seront à étudier avec le formateur concerné.*

Nos formations sont conçues pour favoriser un engagement et une participation active des stagiaires, et ainsi éviter les ruptures de parcours.



# ORGANIGRAMME





## **LES FORMATIONS PROPOSÉES**



# LE PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

## Objectifs pédagogiques

- Utiliser la matrice FFOM
- Utiliser le tableau CAP
- Elaborer le plan d'actions commerciales de l'entreprise
- Définir les outils commerciaux et marketing à mettre en place dans l'entreprise
- Planifier les actions, les faire vivre au quotidien et les contrôler (via logiciel CRM ou GRC)

## Programme détaillé de la formation

- 1. Organiser la conquête de nouveaux clients :**  
**Pourquoi – Comment ?**  
 Constats et conséquences  
 Diag flash  
 La nécessité de prospecter  
 Se poser les bonnes questions : analyser son offre et sa cible  
 Se poser les bonnes questions : la matrice FFOM  
 Construire son argumentation : le tableau CAP  
 Définition des enjeux et organisation des étapes
- 2. Comment choisir les bons outils de prospection**  
 Les outils d'aide à la prospection et à la vente  
 Hiérarchisation des actions commerciales  
 Préparation et suivi de sa prospection  
 Le fichier source  
 La fiche contact  
 CRM / GRC  
 Mesures de rentabilité par action  
 Les facteurs clés de succès
- 3. Piloter son PAC (rappel et approfondissement)**  
 Pourquoi piloter son PAC  
 Construction de tableaux de bord  
 Mesures de rentabilité des actions  
 Cas pratique : reprendre l'ensemble des étapes pour l'ancrage

## Public visé

- Dirigeant,
- Directeur commercial / marketing / des ventes,
- Manager commercial / marketing / des ventes,
- Ou plus généralement toute personne de la société exerçant des fonctions de direction ou d'encadrement et étant amenée à organiser et piloter un plan d'actions commerciales

## Pré-requis

- Expérience de direction ou de management commercial
- Nombre minimum de participants : 2

## Durée et tarifs

- 3 jours (21h)
- 1 500 € HT / participant

## Méthodes pédagogiques

- Des apports théoriques
- Des exercices pratiques



# ORGANISER SA PROSPECTION COMMERCIALE

## Objectifs pédagogiques

- Identifier sa cible prospects et clients
- Organiser les étapes d'une action de prospection
- Développer les outils d'aide à la prospection et à la vente
- Elaborer un plan d'actions
- Développer des outils de gestion

## Programme détaillé de la formation

- 1. L'action commerciale : constat et conséquences**  
Constat et conséquences dans les PME
- 2. La nécessité de prospecter**  
Définition de la prospection et du prospect  
Pourquoi prospecter  
Prospecter / fidéliser  
Les étapes d'une action de prospection
- 3. Réflexion et choix des moyens de prospection**  
Analyse des paramètres internes et externes  
Objectif de prospection  
Moyens de prospection existants et choix des moyens
- 4. Développer les outils de support à la prospection et la vente**  
Outils d'aide à la prospection et à la vente existants  
Outils de vente et de communication existants  
Outils de prospection et actions commerciales
- 5. Elaboration du plan d'actions**  
Processus de mise en œuvre  
Plan de prospection  
Les phases  
Exemple
- 6. Préparation des outils de gestion**  
Fichier source  
Fiche de renseignements (fiche contact)  
Méthode de gestion
- 7. Suivi, relance et bilan de la prospection**  
Mesure de la rentabilité par action  
Les facteurs clés de réussite  
Premier contact

## Public visé

- Dirigeant,
- Manager commercial,
- Commercial,
- Ou plus généralement toute personne de la société chargée ou amenée à organiser la prospection commerciale dans l'entreprise

## Pré-requis

- Aucun
- Nombre minimum de participants : 2

## Durée et tarifs

- 2 jours (14h)
- 1 000 € HT / participant

## Méthodes pédagogiques

- Des apports théoriques
- Des exercices pratiques



# MÉTHODES ET TECHNIQUES DE VENTE

## Objectifs pédagogiques

- Construire des arguments de vente (CAP)
- Connaître et maîtriser son discours
- Découvrir les motivations du client (SONCAS)
- Appliquer la méthode COMOD
- Augmenter ses ventes

## Programme détaillé de la formation

- 1. L'entretien de vente**  
Exercices  
Etapes  
Méthode de vente
- 2. La prise de contact**  
Environnement du client  
Entrer en contact
- 3. Connaître et dialoguer avec son client**  
Phase de découverte  
Questionnement  
Ecoute  
Reformulation  
Résumer sa découverte  
Entraînement
- 4. Argumenter**  
Les objectifs  
Le CAP  
Application  
Les motivations du client  
Entraînement
- 5. Structurer son argumentation**  
Les étapes  
Entraînement
- 6. Conclure**
- 7. L'après-vente**
- 8. La préparation de la visite**  
Sensibilisation  
Méthode  
Entraînement

## Public visé

- Dirigeant,
- Directeur commercial,
- Commercial / vendeur,
- Ou plus généralement toute personne de la société étant amenée à faire de la vente

## Pré-requis

- Aucun
- Nombre minimum de participants : 2

## Durée et tarifs

- 2 jours (14h)
- 1 000 € HT / participant

## Méthodes pédagogiques

- Des apports théoriques
- Des jeux de rôle
- Des exercices pratiques



# LE CRM YELLOW BOX

## Objectifs pédagogiques

- Savoir créer dans le CRM une société (prospect / client / fournisseur...) avec un contact, une action et une affaire
- Suivre le cycle de vente de ses prospects / clients et les relancer grâce au CRM
- Piloter son activité et celle de ses équipes grâce aux tableaux de pilotage
- Gagner en efficacité avec les trucs et astuces

## Programme détaillé de la formation

- 1. Qu'est-ce que le CRM ou GRC ?**  
Définition  
Objectifs et fonctionnalités  
Votre usage du CRM
- 2. Dimo Software et Yellow Box**  
Présentation de Dimo Software  
Présentation et atouts de Yellow Box  
Découverte des fonctionnalités
- 3. Démonstration : la structure de Yellow Box**  
Connexion  
Création de fiches société, contacts, actions, affaires...  
La messagerie  
L'agenda  
Les courriers type
- 4. Les trucs et astuces**
- 5. Les fonctionnalités avancées**  
Les filtres  
Les présentations  
Les recherches avancées  
Les campagnes emailing intégrées  
Les tableaux de pilotage
- 6. Les plug-ins supplémentaires**
- 7. Cours sur plateforme e-learning et exercices pratiques**  
Le CRM  
Structure Yellow Box  
Trucs et astuces  
Fonctionnalités avancées

## Public visé

- Assistant(e) commerciale
- Commercial
- Directeur commercial
- Dirigeant(e)
- Ou plus généralement toute personne de la société étant amenée à travailler sur un CRM

## Pré-requis

- Avoir une base CRM Yellow Box installée
- Nombre minimum de participants : 2

## Durée et tarifs

- 2 jours (14h)
- 1 000 € HT / participant

## Méthodes pédagogiques

- Des cours théoriques
- Une démonstration de l'outil
- Des cours sur plateforme e-learning avec QCM d'évaluation



## LA PRISE DE RDV AU TELEPHONE

### Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les techniques de la communication au téléphone
- Identifier et appliquer les étapes d'un entretien de prise de RDV téléphonique
- Gérer les différentes situations délicates
- Construire une banque de données de formulations positives et une boîte à parades
- Améliorer son taux de transformation sur la prise de RDV

### Programme détaillé de la formation

- 1. Les techniques de communication au téléphone**  
Identifier les difficultés  
Maîtriser les techniques de communication
  - *Ecarts entre le présentiel et le téléphone*
  - *Les filtres de la communication au téléphone*L'expression, la voix,  
Les mots, les phrases
- 2. Les étapes de la prise de RDV téléphonique**  
Se préparer  
Vérifier  
Conduire l'entretien  
Les parades  
Enregistrer  
S'auto-analyser
- 3. Entraînement**

### Public visé

- Dirigeant,
- Commercial,
- Assistante commerciale,
- Standardiste
- Ou toute personne amenée à prendre des RDV par téléphone

### Pré-requis

- Aucun
- Nombre minimum de participants : 2

### Durée et tarifs

- 1 jour (7h)
- 500 € HT / participant

### Méthodes pédagogiques

- Des apports théoriques
- Des exercices pratiques



# LE TRAITEMENT DES OBJECTIONS

## Objectifs pédagogiques

- Structurer le traitement d'une objection
- Poursuivre l'entretien de vente par la réponse aux objections
- Construire la boîte à outils de l'acceptation
- Augmenter ses ventes

## Programme détaillé de la formation

### 1. Définition d'une objection

Pourquoi le client fait des objections ?

### 2. Traitement de l'objection

Objectif

Moyen

Méthode

### 3. Structurer le traitement de l'objection

Avant le RDV

Pendant le RDV

- Ecouter avec intérêt sans interrompre
- Accepter l'objection et le point de vue divergeant
- Isoler l'objection
- Questionner pour bien comprendre l'objection
- Reformuler l'objection
- Répondre

L'écoute

L'acceptation (boîte à outils de l'acceptation)

Reformulation / reformulation orientée

### 4. S'entraîner

## Public visé

- Dirigeant,
- Manager commercial,
- Commercial / vendeur
- Ou plus généralement toute personne de la société exerçant des fonctions de vente

## Pré-requis

- Aucun
- Nombre minimum de participants : 2

## Durée et tarifs

- 1 jour (7h)
- 500 € HT / participant

## Méthodes pédagogiques

- Des apports théoriques
- Des exercices pratiques



## VOTRE PARCOURS DE FORMATION

### AVANT LA FORMATION

#### Inscription :

Demande d'informations via notre site Internet [www.prospactive.com](http://www.prospactive.com) ou directement auprès de l'expert le plus proche de chez vous. Ce dernier prendra contact avec vous de manière à bien évaluer vos besoins et ajuster la formation en conséquence, tant en termes de contenu que de délai.

Dans le cas d'un stagiaire en situation de handicap, merci de nous prévenir au moins 7 semaines avant, afin que la formation puisse être adaptée au(x) personnes concernée(s), avec l'appui de nos partenaires spécialisés.

#### Information formations :

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Un nombre minimum de 2 participants est demandé pour la tenue d'une session de formation\*.

Les détails relatifs à la formation (lieu, date et horaires, informations générales et spécifiques...) sont transmis par email aux stagiaires au plus tard 7 jours avant le début de la formation dans un livret d'accueil, accompagné du règlement intérieur de l'organisme de formation.

*\*Pour une formation à destination d'un seul stagiaire, les conditions (tarifs, délais de mise en œuvre) peuvent évoluer*

#### Questionnaire de positionnement avant formation :

A compléter par les futurs stagiaires avant le début de la formation, ils permettent d'évaluer leur maîtrise des thématiques de la formation à venir, et d'adapter le contenu de celle-ci en fonction des retours.

### JOUR J

#### Locaux :

Sauf exception, les formations auront lieu dans les locaux de l'entreprise cliente

#### Horaires :

Ils sont spécifiés dans le livret d'accueil transmis par email, au plus tard 7 jours avant la formation

#### Déjeuners et pauses :

Ils sont pris dans un restaurant à proximité du lieu de la formation, ou sous forme de plateau-repas dans la salle de formation

#### Supports et documentation :

Le support et les exercices / cas pratiques / accès plateforme sont remis lors du 1<sup>er</sup> jour de la formation. Des documents complémentaires (fiches pratiques notamment) peuvent être remis en fin de formation.



**Feuille de présence :**

Elle doit obligatoirement être signée par le formateur et les stagiaires, à chaque demi-journée

**Questionnaire de positionnement après formation :**

A faire compléter aux stagiaires, à la fin de la formation, pour évaluer leur niveau de maîtrise des thématiques abordées, suite à la formation suivie.

**Evaluation à chaud :**

A compléter par chaque stagiaire à la fin de la formation pour évaluer la qualité de celle-ci.

**Evaluation du formateur :**

A compléter par chaque stagiaire à la fin de la formation pour évaluer la prestation de celui-ci.

**APRES LA FORMATION**

**Attestation de fin de formation :**

Une attestation de fin de formation sera délivrée au stagiaire.

**Evaluation à froid :**

3 mois après la fin de la formation, un questionnaire de bilan est adressé au stagiaire de la formation, pour faire le point sur la mise en pratique des compétences acquises en formation.

**Enquête sur l'impact de la formation suivie :**

3 mois après la fin de la formation, une enquête à destination du manager ou supérieur du stagiaire, permet d'évaluer la mise en pratique des compétences acquises, et la pertinence de la formation suivie.



## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

### Article 1 : inscription

L'inscription des stagiaires ne prend effet qu'à compter de la réception par FL DIFFUSION / PROSPACTIVE de la convention de formation paraphée, datée, signée et tamponnée par l'entreprise.

Elle sera à retourner à l'adresse suivante : FL DIFFUSION / PROSPACTIVE - 10C Rue Paul Verlaine - 21000 DIJON, ou directement au formateur qui dispensera la formation.

Parallèlement, l'entreprise fait les démarches nécessaires pour la prise en charge par son OPCO de tout ou partie de cette formation.

### Article 2 : convocation

La convention de formation paraphée, datée, signée et tamponnée par FL DIFFUSION / PROSPACTIVE est renvoyée à l'entreprise au plus tard 10 jours avant le début de la formation.

Un email avec le livret d'accueil (contenant les détails relatifs à la formation - lieu, horaires, informations générales et spécifiques...) sera envoyé au(x) stagiaire(s) au plus tard 7 jours avant le début de la formation.

### Article 3 : tarifs des formations

Les tarifs indiqués pour chaque stage sont Hors Taxe, soumis à TVA (taux en vigueur au moment de la souscription), et s'entendent par participant.

### Article 4 : non réalisation de la formation

En cas de renoncement ou de réalisation partielle de la prestation imputable à l'organisme de formation, à moins de 5 jours francs avant le début de l'action mentionnée à l'article 1, celui-ci s'engage à verser au client la somme de 250 Euros au titre de dédommagement / Réparation du dédit.

En cas de renoncement ou de réalisation partielle de la prestation imputable au client, à moins de 5 jours francs avant le début de l'action de formation, celui-ci s'engage à verser au client la somme de 250 Euros au titre de dédommagement / réparation du dédit.

Les sommes liées au dédommagement, à la réparation ou au dédit sont distinctes de celles correspondantes à la réalisation de la prestation. Ces dépenses resteront à la charge du client qui ne pourra les imputer sur son obligation de participation au financement de la formation professionnelle continue. Elles ne pourront faire l'objet d'une demande de remboursement ou de prise en charge par l'OPCO.

### **Article 5 : facturation**

Une facture libellée en Euros est adressée par FL DIFFUSION / PROSPACTIVE à l'entreprise cliente, ou le cas échéant à l'OPCO du client, à l'issue de chaque session de formation.

Dans le cas de non prise en charge des frais de prestation par l'OPCO, l'entreprise s'engage à régler les factures émises par FL DIFFUSION / PROSPACTIVE

Le paiement sera dû à réception de la facture et sera à régler par virement. Aucun escompte n'est accordé en cas de paiement anticipé.

### **Article 6 : programme des stages**

FL DIFFUSION / PROSPACTIVE se réserve le droit de modifier sans préavis le programme des stages en vue d'y apporter des améliorations.

### **Article 7 : documentation**

La documentation remis aux stagiaires lors de leur formation est la propriété exclusive de FL DIFFUSION / PROSPACTIVE. Elle ne saurait donc être reproduite et distribuée en interne ou en externe sans l'autorisation expresse de FL DIFFUSION / PROSPACTIVE.

### **Article 8 : responsabilités diverses**

L'obligation de FL DIFFUSION / PROSPACTIVE est une obligation de moyens.

L'entreprise cliente assurera pour les stagiaires les conséquences de sa responsabilité civile.

FL DIFFUSION / PROSPACTIVE ne peut être tenu pour responsable en cas de perte ou de vol.

Les stagiaires s'engagent à respecter le règlement Intérieur fourni avant le début de la formation.

### **Article 9 : informatique et liberté - RGPD**

Des informations à caractère personnel sont communiquées par l'entreprise ou les stagiaires à FL DIFFUSION / PROSPACTIVE à l'inscription ou pendant le stage.

FL DIFFUSION / PROSPACTIVE s'engage à collecter et à traiter les données personnelles en conformité avec toute réglementation en vigueur applicable au traitement de ces données, et notamment au règlement (UE) 2016/679.

FL DIFFUSION / PROSPACTIVE s'engage à ne pas utiliser les données de l'entreprise et des stagiaires pour son propre compte ou pour celui d'un tiers.

FL DIFFUSION / PROSPACTIVE s'engage à ne pas conserver les données personnelles au-delà d'une durée de 2 ans suivant la fin de la formation dispensée.

### **Article 10 : litige**

Si une contestation ou un différend ne peuvent être réglés à l'amiable, le tribunal de DIJON sera le seul compétent pour régler ce litige.



## NOS COORDONÉES



FL DIFFUSION / PROSPACTIVE  
10C Rue Paul Verlaine – 21000 DIJON  
Tel : 03 80 58 72 95  
Email : [contact@prospactive.com](mailto:contact@prospactive.com)  
Site Internet : [www.prospactive.com](http://www.prospactive.com)