

Remplir son pipeline : prospection et qualification pour commerciaux d'éditeurs SaaS

Cette formation donne à vos commerciaux une méthode complète et immédiatement applicable : construire son ICP, bâtir une liste de prospects qualifiés, orchestrer une séquence multicanale email + LinkedIn + téléphone, qualifier rapidement les opportunités — et utiliser l'IA pour faire en 1 heure ce qui prenait une journée. Tout ça avec des exercices sur vos cibles réelles, pas sur des cas fictifs.

Durée: 14.00 heures (2.00 jours)

Avis clients : Nouvelle formation : en attente de vos avis

Profils des stagiaires

- Cette formation s'adresse aux personnes ayant une fonction « d'inside sale » ou de SDR chez un éditeur de logiciels ou de services numériques.

Prérequis

- Participer seul ou en équipe à la vente de solutions logicielles, disposer d'une connaissance de l'offre et des pratiques de l'entreprise.

Objectifs pédagogiques

- Définir et exploiter son ICP pour cibler les bons comptes : Construire son Ideal Customer Profile à partir de ses meilleurs clients existants, identifier les signaux déclencheurs qui indiquent qu'un prospect est prêt à acheter, et prioriser sa liste de prospection en conséquence.
- Maîtriser la séquence multicanale email + LinkedIn + téléphone : Concevoir et exécuter une séquence de prospection cohérente sur plusieurs canaux, personnaliser ses messages par profil de décideur, et utiliser l'IA pour générer et adapter des messages à grande échelle sans perdre en qualité.
- Conduire un premier appel de découverte qui qualifie et convainc : Préparer et structurer un appel de découverte pour qualifier rapidement une opportunité, traiter les objections classiques du premier contact, et systématiquement obtenir une prochaine étape concrète plutôt qu'un « je vous rappelle ».
- Piloter son pipeline de prospection avec les bons indicateurs : Utiliser une grille de qualification BANT adaptée à la vente logiciel SaaS, suivre les métriques de prospection qui comptent vraiment, et organiser son activité hebdomadaire pour maintenir un flux régulier de nouveaux leads qualifiés.
- Générer un flux régulier de leads qualifiés sur les bons comptes
- Réduire le temps passé à prospecter des comptes non qualifiés : Grâce à la grille BANT et aux outils IA de qualification, les commerciaux savent identifier rapidement les prospects qui ne convertiront pas — libérant du temps pour les opportunités réelles et réduisant la frustration liée aux cycles longs sur des deals perdus d'avance.
- Multiplier la productivité de prospection grâce à l'IA

Contenu de la formation

- 1. Comprendre pourquoi la prospection logiciel SaaS est différente
 - Le cycle d'achat d'un logiciel B2B : long, multi-décideurs, risque perçu fort

Date de mise à jour du programme : 22/06/2026

- Les 3 raisons pour lesquelles un prospect n'achète pas un logiciel : « pas maintenant », « pas vous », « pas sûr du ROI »
- La différence entre un lead froid, un lead tiède et un lead chaud dans un contexte éditeur
- Prospection outbound vs inbound : comment les deux s'articulent dans un éditeur de 10 à 200 personnes
- Échange : chaque participant identifie ses 2 principales difficultés en prospection aujourd'hui
- 2. Définir son ICP (Ideal Customer Profile) pour prospecter les bons comptes
 - Qu'est-ce qu'un ICP et pourquoi c'est la base de toute prospection efficace
 - Les critères d'un bon ICP pour un éditeur SaaS : secteur, taille d'entreprise, maturité digitale, signaux d'achat, profil des décideurs
 - Comment construire son ICP à partir des clients existants qui ont le mieux réussi
 - ICP et persona : la différence et comment les utiliser ensemble
 - Identifier les signaux déclencheurs qui indiquent qu'un prospect est « prêt » : levée de fonds, recrutement, changement de direction, croissance rapide
 - Atelier : chaque participant construit ou affine son ICP sur ses offres réelles — secteurs, taille, profils décideurs, signaux déclencheurs
 - Livrable construit : fiche ICP personnalisée
- 3. Construire sa liste de prospects qualifiés avec l'IA et les bons outils
 - Les sources de données pour trouver des prospects éditeurs : LinkedIn Sales Navigator, bases de données (Kaspr, Lusha, Apollo), signaux d'intention
 - Utiliser l'IA pour enrichir et qualifier une liste : ChatGPT / Claude pour analyser des entreprises, identifier les bons interlocuteurs, résumer des profils LinkedIn
 - Construire un fichier de prospection structuré : les colonnes indispensables, les informations à recueillir avant le premier contact
 - La règle des 3 informations : avoir au minimum 3 éléments contextuels sur un prospect avant de le contacter
 - Utiliser les signaux déclencheurs pour prioriser sa liste : qui contacter en premier et pourquoi
 - Atelier pratique en direct : chaque participant utilise l'IA pour construire une liste de 10 prospects qualifiés sur une de ses cibles réelles
 - Livrable construit : fichier de prospection structuré et priorisé
- 4. Construire sa proposition de valeur pour chaque profil de prospect
 - Proposition de valeur par profil de décideur : DSI, DAF, DG, responsable métier — ce que chacun cherche et ce qui le bloque
 - La structure d'un message de valeur efficace pour un éditeur SaaS : problème → conséquence → solution → preuve
 - Adapter le message au secteur et à la taille du prospect
 - Les formulations qui ouvrent et celles qui ferment — les erreurs les plus fréquentes dans les emails de prospection logiciel
 - Exercice : chaque participant rédige son message de valeur pour 2 profils de décideurs sur son ICP
- 5. La séquence multicanale : email + LinkedIn + téléphone
 - Pourquoi la séquence multicanale est 3 fois plus efficace que l'email seul
 - La structure d'une séquence de prospection efficace pour un éditeur SaaS : nombre de touches, espacement, alternance des canaux
 - Email de prospection : structure, objet, personnalisation, call to action — ce qui génère des réponses en 2026

Date de mise à jour du programme : 22/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- LinkedIn : demande de connexion, message d'approche, comment commenter et interagir avant de contacter — le warm-up qui double le taux de réponse
- Téléphone : préparer son appel, les 30 premières secondes, gérer le barrage secrétaire, laisser un message vocal utile
- Utiliser l'IA pour personnaliser ses messages à grande échelle : prompts efficaces pour générer des emails de prospection calibrés éditeur SaaS
- Atelier 1 : chaque participant rédige sa séquence de 5 touches sur un compte cible réel (emails + messages LinkedIn)
- Atelier 2 : utilisation en direct de l'IA pour personnaliser les messages sur 3 prospects de sa liste
- Livrable construit : séquence de prospection multicanale personnalisée
- 6. Le premier appel de découverte : transformer un contact en opportunité
 - Préparer un appel de découverte : les 5 informations à avoir avant de décrocher
 - Les 3 objectifs d'un premier appel : qualifier, créer de l'intérêt, obtenir une prochaine étape
 - Structure d'un appel de découverte pour un éditeur SaaS : accroche → contexte → douleur → projection → prochaine étape
 - Les questions qui font parler : ouvertes, de situation, de douleur, de conséquence
 - Gérer les objections classiques au premier appel : « on a déjà un logiciel », « envoyez-moi une doc », « c'est pas le bon moment »
 - Conclure l'appel avec une prochaine étape concrète — pas « je vous rappelle »
 - Jeu de rôle 1 : premier appel sur un prospect froid — décrocher, accrocher, qualifier
 - Jeu de rôle 2 : gérer l'objection « on est satisfait de notre solution actuelle »
 - Livrable construit : guide de l'appel de découverte avec les questions clés et les réponses aux objections
- 7. Qualifier une opportunité : BANT simplifié et signaux d'achat
 - BANT simplifié adapté à la vente logiciel SaaS : Budget, Authority, Need, Timeline — et comment recueillir ces informations naturellement
 - Les signaux d'achat positifs : ce que le prospect dit, ce qu'il demande, comment il s'implique
 - Les signaux d'alerte : les prospects polis mais pas vraiment intéressés — comment les identifier rapidement
 - Qualifier sans interroger : comment recueillir les informations BANT dans une conversation naturelle
 - La qualification progressive : on ne qualifie pas tout au premier appel
 - Exercice : chaque participant applique la grille BANT à 3 prospects réels de sa liste — scoring et décision de priorisation
 - Livrable construit : grille de qualification BANT adaptée à l'offre de l'entreprise
- 8. Utiliser l'IA pour prospecter plus vite et mieux
 - Tour d'horizon des outils IA utiles en prospection commerciale éditeur SaaS en 2026 : ChatGPT, Claude, outils de sales automation (Lemlist, La Growth Machine, Apollo)
 - Cas d'usage concrets et immédiatement applicables : - Générer des variantes de messages de prospection à partir d'un profil LinkedIn - Préparer un appel en 5 minutes grâce à l'IA : résumé d'entreprise, enjeux sectoriels, angles d'accroche - Analyser les réponses (ou non-réponses) pour ajuster sa séquence - Créer des objets d'email A/B testables en 2 minutes
 - Les limites de l'IA en prospection : ce qu'elle ne peut pas remplacer (le jugement, la relation, la connaissance du secteur éditeur)
 - Construire ses propres prompts de prospection réutilisables
 - Atelier pratique en direct : chaque participant crée ses 3 prompts de prospection personnalisés et les teste sur ses prospects réels
 - Livrable construit : bibliothèque de prompts de prospection personnalisés

Date de mise à jour du programme : 22/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



- 9. Piloter son pipeline et organiser sa prospection dans la durée
 - Les 5 métriques de prospection qui comptent pour un commercial éditeur : nombre de comptes contactés, taux de réponse, taux de conversion appel → opportunité, durée moyenne avant premier contact, coût par lead qualifié
 - Organiser sa semaine de prospection : quand prospecter, combien de temps, comment éviter que l'urgence des deals en cours tue la prospection
 - Utiliser son CRM comme outil de pilotage — pas juste d'archivage
 - Le rythme de relance : combien de fois contacter un prospect, à quelle fréquence, quand s'arrêter
 - Exercice : chaque participant construit son plan de prospection hebdomadaire — objectifs, canaux, temps alloué, métriques de suivi
 - Livrable construit : plan de prospection hebdomadaire et tableau de bord pipeline
- 10. Plan d'action et ancrage
 - Chaque participant formule ses 3 engagements concrets pour les 30 prochains jours sur sa prospection réelle
 - Partage en groupe et engagements mutuels
 - Q&A final

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Adriana SHPAK

Formatrice et responsable pédagogique

Spécialiste dans la Vente, Stratégie de Commercialisation, Relation Client et Gestion des Grandes Comptes

@ : adriana@route2business.fr

Tél : 06.18.43.27.97

Anaïs Soragna

Responsable administratif / référent handicap

@ : anaissoragna@route2business.fr

Tel : 04.78.72.52.64

Moyens pédagogiques et techniques

- Nombreux exemples Éditeurs de logiciels pour illustrer les concepts
- Exercices pratiques corrigés sur les cas des entreprises participantes
- Jeux de rôle sur les différentes phases de la démarche commerciale d'un éditeur
- Nombreux outils
- animateurs ayant une forte expérience du monde du logiciel
- Travail personnel
- Salles de cours, vidéo projecteur et paperboard
- Livrables : Support de formation en format numérique, Fiche ICP — secteurs, taille, profils décideurs, signaux déclencheurs, Fichier de prospection structuré — 10 prospects qualifiés et priorisés, Séquence multicanale — 5 touches email + LinkedIn personnalisées sur un compte cible, Guide de l'appel de découverte — structure, questions clés, réponses aux objections, Grille de qualification BANT — adaptée à l'offre de l'entreprise,

Date de mise à jour du programme : 22/06/2026

ROUTE TO BUSINESS

4 avenue AVENUE JOANNES HUBERT
69160 TASSIN-LA-DEMI-LUNE
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



Bibliothèque de prompts IA — 3 prompts de prospection personnalisés et testés, Plan de prospection hebdomadaire — objectifs, canaux, temps alloué, métriques.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Questionnaire d'évaluation des compétences avant formation
- Exercices, quiz et cas pratiques
- Nombreux exemples d'éditeurs de logiciels
- Questionnaire de validation des acquis en fin de formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud
- Rapport du formateur
- Questionnaire de satisfaction à froid

Accessibilité

Formation en présentiel, en intra-entreprise.

En présentiel, les locaux sont conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :

Anais Soragna : anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 22/06/2026