Delmazure Project Planner
Loïc Delmazure · Formateur et consultant IA · Hauts-de-France

PROGRAMME DE FORMATION · INTRA-ENTREPRISE

FORMATION IA · PROSPECTION COMMERCIALE

De la liste de prospects au client signé

L'intelligence artificielle dans la prospection et le suivi commercial, du fichier à la signature. Deux formats au choix, une ou deux journées. Formation-action en présentiel, conçue pour des participants débutants ou utilisateurs occasionnels de l'IA.

7 h ou 14 h · une ou deux journées | **4 à 8** participants | **Intra** · présentiel, dans vos locaux

Deux jours recommandés

CONTEXTE ET ENJEU

Un commercial passe une grande partie de sa semaine loin de ses clients : chercher qui appeler, préparer l'appel, rédiger le mail de suite, relancer, mettre à jour le CRM. Deux risques reviennent. Une prospection au hasard, sur une liste mal ciblée, qui use le moral et le fichier. Et des pistes perdues faute de suite : le prospect intéressé qu'on n'a pas relancé, le compte rendu jamais écrit.

L'intelligence artificielle générative ne prospecte pas à la place du commercial et ne remplace pas sa voix au téléphone. Elle fait autre chose, et c'est l'objet de cette formation : **cibler et préparer plus vite**, écrire une accroche qui parle du prospect, s'entraîner à l'appel avant de le passer, transformer des notes en compte rendu et en mail de suite, construire des séquences de relance qui respectent les règles. La relation et le jugement restent au commercial.

La formation s'inscrit dans la transition numérique de l'activité commerciale de l'entreprise.

Le cadre dans lequel la formation fait travailler les participants

PARTICULIERS · TÉLÉPHONE

Consentement préalable obligatoire

Depuis le 11 août 2026, un particulier ne peut plus être démarché par téléphone sans avoir donné son accord au préalable (loi n° 2025-594 du 30 juin 2025).

PROSPECTION · ENTRE PROFESSIONNELS

Possible sans consentement, sous conditions

Le message doit concerner l'activité professionnelle du destinataire, et chacun doit pouvoir s'opposer aux envois suivants (règles rappelées par la CNIL).

FICHIERS ET CRM

Les données des prospects restent chez vous

Coordonnées, notes d'appel et historiques clients ne se collent pas dans un outil que l'entreprise n'a pas validé. On anonymise avant de coller.

LES BESOINS TYPES, ET OÙ LA FORMATION Y RÉPOND

Cibler et préparer

Savoir qui appeler, et pourquoi lui plutôt qu'un autre.

1 jour — **séquence 2**
2 jours — **jour 1, séq. 3**

Décrocher le rendez-vous

Une accroche qui parle du prospect, un appel répété avant d'être passé.

1 jour — **séquences 3 et 4**
2 jours — **séq. 4 et 5**

Ne plus perdre de piste

Séquences, relances et CRM tenus, sans y passer ses soirées.

1 jour — non traité
2 jours — **jour 2, séq. 6 et 7**

Aller jusqu'à la signature

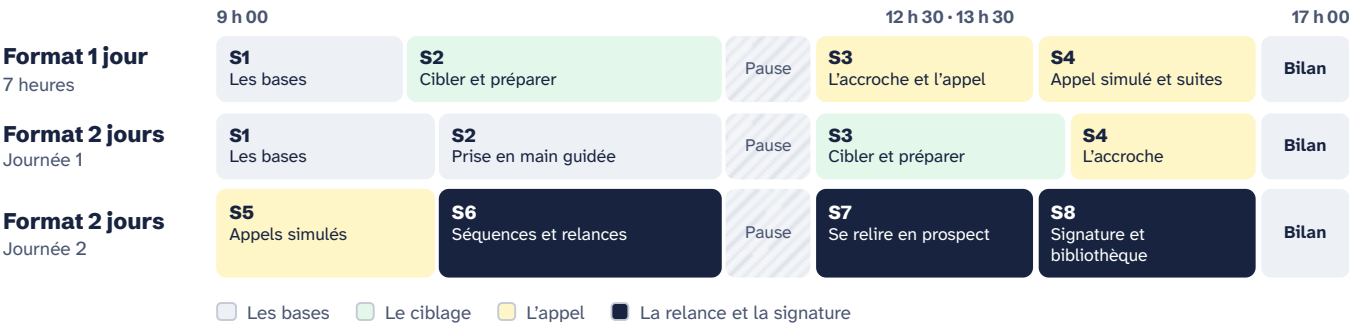
Proposition courte, objections de fin de cycle, bibliothèque qui reste.

1 jour — non traité
2 jours — **jour 2, séq. 8**

PUBLIC, PRÉREQUIS ET EFFECTIF

PUBLIC VISÉ	Commerciaux terrain et sédentaires, technico-commerciaux, chargés de clientèle, assistants commerciaux qui préparent les rendez-vous, responsables d'agence et dirigeants qui prospectent eux-mêmes. Toute personne qui cherche, contacte et suit des prospects.
NIVEAU	Formation conçue pour des participants débutants ou utilisateurs occasionnels de l'intelligence artificielle. Aucune connaissance préalable n'est supposée. Les réserves des participants sont traitées explicitement en ouverture.
PRÉREQUIS	Savoir utiliser une messagerie et un navigateur internet, copier et coller du texte. Rien d'autre.
EFFECTIF	De 4 à 8 participants. Chacun passe au moins un appel simulé.
MODALITÉ	Présentiel, en intra, dans les locaux de l'entreprise.
HORAIRES	9 h 00 à 12 h 30 et 13 h 30 à 17 h 00, soit 7 heures par journée.

LES JOURNÉES EN UN COUP D'ŒIL



CHOISIR LE FORMAT

Séquences et signature : c'est au jour 2

CE QUE LE FORMAT PERMET	1 JOUR 7 HEURES	2 JOURS 14 HEURES
Comprendre ce que l'IA sait faire, et appliquer les règles de confidentialité	oui	oui
Définir un segment et construire des fiches prospects sourcées	oui	oui
Rédiger une accroche et une trame d'appel personnalisées	oui	oui
S'entraîner en appel simulé, puis rédiger le compte rendu et le mail de suite	oui	oui
Construire une séquence de prospection multicanale complète	non	oui
Relancer les clients existants et les prospects tièdes, dans les règles	non	oui
Relire ses messages avec les yeux du prospect	non	oui
Préparer la proposition et répondre aux objections jusqu'à la signature	non	oui
Constituer la bibliothèque commerciale et fixer les règles internes d'usage de l'IA	non	oui

La recommandation de l'intervenant

Le format de deux journées est recommandé, pour deux raisons. D'une part, un groupe qui découvre l'intelligence artificielle consacre sa première journée à acquérir la confiance et les gestes de base : une journée unique produit de l'intérêt, rarement une pratique installée. D'autre part, une prospection se gagne dans la durée : les séquences, les relances et le passage à la signature, là où se perdent souvent les pistes, relèvent de la seconde journée.

Les deux journées gagnent à être espacées d'une semaine, avec un vrai cas à traiter dans l'intervalle :

Vendredi · jour 1 puis *Lundi, on appelle ses vrais prospects* puis **Vendredi · jour 2**

FORMAT 1 · UNE JOURNÉE

Préparer sa prospection et décrocher le rendez-vous

7 heures · présentiel · 4 à 8 participants

Objectifs pédagogiques

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

1. Distinguer ce qu'un assistant d'intelligence artificielle sait faire et ce qu'il ne sait pas faire dans une démarche de prospection.
2. Appliquer les règles de confidentialité propres aux données des clients et des prospects, avant tout usage d'un outil d'intelligence artificielle.
3. Définir un segment de prospection et construire des fiches prospects sourcées à partir d'informations publiques.
4. Rédiger une accroche et une trame d'appel personnalisées, dans le cadre réglementaire en vigueur depuis le 11 août 2026.
5. Conduire en simulation un appel de prospection et répondre aux objections courantes.
6. Transformer des notes d'appel en compte rendu, mise à jour du CRM et mail de suite.

Déroulé

1
9 h 00
10 h 15

SÉQUENCE 1 · 1 H 15

Ce que fait vraiment un assistant, et ce qu'il ne fera jamais

Accueil, recueil des attentes et des réserves. Combien de temps passe chaque semaine à chercher qui appeler, à préparer, à relancer, à tenir le CRM à jour.

Démonstration commentée, sans vocabulaire technique. Exercice dirigé : faire produire à l'assistant une fiche prospect fausse mais crédible (dirigeant, effectif, actualité), afin d'installer le réflexe de vérification avant le réflexe d'usage.

Règles de confidentialité : ce qui ne sort jamais de l'entreprise, coordonnées et notes des clients, historiques d'achat, prix et remises. Paramétrage des comptes et désactivation de la réutilisation des données.

2
10 h 15
12 h 30

SÉQUENCE 2 · 2 H 15

Cibler et préparer ses prospects

Définir un segment à partir des meilleurs clients actuels : secteur, taille, déclencheurs d'achat. Atelier sur un segment fil rouge : fiches prospects à partir d'informations publiques (site, actualités, offres d'emploi, annuaires professionnels), signaux d'achat, liste priorisée.

Chaque information porte sa source ; ce qui n'en a pas devient une question à poser pendant l'appel.

3
13 h 30
15 h 00

SÉQUENCE 3 · 1 H 30

L'accroche et la trame d'appel

Le cadre en vigueur depuis le 11 août 2026, selon que l'interlocuteur est un particulier ou un professionnel. Accroche personnalisée, questions de découverte, réponses aux objections courantes : « pas le temps », « on a déjà un fournisseur », « envoyez-moi un mail ».

Une trame d'appel, pas un texte à lire : ce qu'on veut apprendre, ce qu'on veut obtenir, la prochaine étape.

4

15 h 00
16 h 30

SÉQUENCE 4 · 1 H 30

L’appel simulé et ses suites

Appel simulé à voix haute : l’assistant joue le prospect, objections comprises. Débriefing dirigé sur ce qui a fait avancer l’échange et ce qui l’a bloqué.

Après l’appel : compte rendu, besoins identifiés, prochaine étape, mise à jour du CRM et mail de suite, prêts à être relus et envoyés.

16 h 30
17 h 00

CLÔTURE · 30 MINUTES

Évaluation et plan d’action

Évaluation des acquis. Plan d’action individuel : un usage concret à mettre en œuvre sous quinze jours, sur ses propres prospects. Évaluation de satisfaction.

Ce que le format d’une journée ne couvre pas

Le point est signalé en toute transparence, afin que le choix du format se fasse en connaissance de cause. Une journée installe la posture et deux usages, la préparation des prospects et celle de l’appel. Elle ne permet pas de construire une séquence de prospection complète, ni de relancer les clients existants dans les règles, ni de relire ses messages avec les yeux du prospect, ni d’accompagner une affaire jusqu’à la signature, ni de constituer la bibliothèque commerciale de l’équipe et ses règles internes d’usage de l’intelligence artificielle.

Ces points constituent la seconde journée du format long.

FORMAT 2 · DEUX JOURNÉES **RECOMMANDÉ**

De la liste de prospects au client signé

14 heures · présentiel · 4 à 8 participants · journées consécutives ou espacées d'une semaine

Objectifs pédagogiques

Les six objectifs du format d'une journée, complétés par :

7. Concevoir une séquence de prospection multicanale (appel, mail, message, relances) adaptée à un segment, conforme aux règles de la prospection entre professionnels.
8. Relancer les clients existants et les prospects tièdes avec des messages personnalisés, en distinguant ce qui exige un consentement.
9. Relire ses messages avec les yeux du prospect, et retirer ce qui les fait ignorer.
10. Préparer une proposition courte et les réponses aux objections de fin de cycle, jusqu'à la signature.
11. Constituer la bibliothèque commerciale de l'équipe et formuler les règles internes d'usage de l'intelligence artificielle, au regard du RGPD et de l'article 4 du règlement européen sur l'intelligence artificielle.

JOURNÉE 1 COMPRENDRE, PRENDRE EN MAIN, CIBLER

1 — 9 h 00 – 10 h 30

SÉQUENCE 1 · 1 H 30

Ce que fait vraiment un assistant, et ce qu'il ne fera jamais

Recueil des attentes et des réserves, exercice sur la fiche prospect fausse mais crédible, règles de confidentialité propres aux données des clients, paramétrage des comptes.

2 — 10 h 30 – 12 h 30

SÉQUENCE 2 · 2 H 00

Prise en main guidée, les cinq gestes de base

Travail en binôme sur des documents simples de l'équipe : un compte rendu de visite, un mail client, une fiche produit. Les cinq gestes : donner un contexte et un rôle, déposer un document, demander un tableau plutôt qu'un texte, exiger les passages sources, faire reformuler pour un destinataire.

Séquence volontairement lente : c'est ici que se gagne ou se perd la confiance d'un groupe débutant.

3 — 13 h 30 – 15 h 15

SÉQUENCE 3 · 1 H 45

Cibler et préparer ses prospects

Segment, profil des meilleurs clients, fiches prospects sourcées, signaux d'achat, liste priorisée.

4 — 15 h 15 – 16 h 30

SÉQUENCE 4 · 1 H 15

L'accroche et la trame d'appel

Le cadre en vigueur depuis le 11 août 2026, accroche personnalisée, questions de découverte, réponses aux objections courantes, trame d'appel.

✓ — 16 h 30 – 17 h 00

BILAN · 30 MINUTES

Bilan de la journée

Usage à pratiquer avant la seconde journée : préparer de vrais prospects avec leur fiche et leur accroche, et passer les premiers appels.

JOURNÉE 2 S'ENTRAÎNER, RELANCER, SIGNER

5
9 h 00
10 h 30

SÉQUENCE 5 · 1 H 30

Les appels simulés et leurs suites

Retour sur les appels de l'intervalle. Chaque participant passe au moins un appel simulé à voix haute, l'assistant jouant le prospect. Débriefing dirigé. Compte rendu, prochaine étape et mail de suite.

6
10 h 30
12 h 30

SÉQUENCE 6 · 2 H 00

Les séquences et les relances

Construction d'une séquence sur le segment choisi : appel, mail de suite, message, relances espacées, dernier message. Mentions d'identification et droit d'opposition dans chaque mail.

Clients existants et prospects tièdes : ce qui peut être envoyé sans consentement, et ce qui l'exige. Planification dans le CRM et indicateurs simples : réponses obtenues, rendez-vous pris.

7
13 h 30
15 h 00

SÉQUENCE 7 · 1 H 30

Se relire en prospect SÉQUENCE MIROIR

Renversement de perspective : les participants échangent leurs mails et leurs messages, et les lisent comme un dirigeant qui reçoit des sollicitations toute la journée. Ouvert ou ignoré, pertinent ou générique, prochaine étape claire ou non. Puis l'assistant joue le prospect qui répond, ou ne répond pas.

C'est la séquence qui fait comprendre, mieux qu'un exposé, pourquoi un message générique reste sans réponse. Chacun repart avec sa séquence réécrite.

8
15 h 00
16 h 30

SÉQUENCE 8 · 1 H 30

Jusqu'à la signature, puis capitaliser

La proposition courte : le besoin dans les mots du client, la solution, le prix, la prochaine étape. Les objections de fin de cycle, prix, calendrier, décideur absent, et le mail qui relance une proposition restée sans réponse.

Capitaliser : la bibliothèque commerciale de l'équipe, fiches prospects, accroches, trames d'appel, séquences, réponses aux objections. Elle reste dans l'entreprise après la formation. Règles internes d'usage de l'intelligence artificielle. Feuille de route à 90 jours.

✓
16 h 30
17 h 00

CLÔTURE · 30 MINUTES

Évaluation

Évaluation des acquis et évaluation de satisfaction.

TARIFS ET FINANCEMENT

FORMAT	JUSQU'À 4 PERSONNES	PAR PERSONNE EN PLUS, JUSQU'À 8
Une journée, 7 heures	**1 200 €**	100 €
Deux journées, 14 heures **Recommandé**	**2 400 €**	200 €

400 € par personne pour les deux journées, pour un groupe de 8.

Tarifs nets, exonération de TVA (article 261-4-4° a du CGI). Déplacements inclus jusqu'à 50 km de Halluin ; au-delà, partout en France, sur devis. Paiement direct à Dpp ; pour une prise en charge par votre opérateur de compétences, la formation passe par Skillearn, qui s'appuie sur un organisme certifié Qualiopi. C'est l'opérateur qui décide de la prise en charge.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Formation-action : environ un tiers d'apports, deux tiers de pratique sur cas réels ou réalistes.
- Travail en binôme sur la première demi-journée, puis en poste individuel.
- Un dossier fil rouge est fourni : un segment de prospects professionnels fictifs, avec leurs informations publiques, et un fichier clients fictif à relancer. Si l'entreprise transmet en amont son discours d'appel actuel et quelques mails de prospection, anonymisés, les ateliers sont bâtis sur ses propres pièces, ce qui est vivement recommandé.
- Un mémo papier est remis à chaque participant : les gestes, les règles de confidentialité, le cadre du démarchage et les trames travaillées.
- Un seul outil est utilisé pendant toute la formation, afin d'éviter la dispersion. Si l'entreprise dispose déjà d'un assistant intégré à sa messagerie ou à sa suite bureautique, il est privilégié.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation des besoins et du niveau en amont, par questionnaire court.
- Évaluation continue par observation des productions en atelier.
- Évaluation des acquis sur les livrables de chaque participant : fiches prospects, trame d'appel, compte rendu d'appel et, pour le format de deux journées, séquence de prospection et messages réécrits.
- Évaluation de la satisfaction à chaud.
- Attestation de fin de formation remise à chaque participant.

ACCESSIBILITÉ ET DÉLAIS D'ACCÈS

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Les besoins d'adaptation sont recensés lors de l'entretien préalable, et les aménagements nécessaires sont étudiés avec l'entreprise avant le démarrage.

En paiement direct, les dates se fixent dès l'échange de cadrage. Avec un financement, la demande de prise en charge doit parvenir complète à l'opérateur de compétences au moins quinze jours calendaires avant le premier jour.

Conditions de réussite, à préparer par l'entreprise

Les comptes d'accès à l'outil doivent être créés et testés avant le premier jour. Sur un public débutant, une création de comptes en salle coûte environ trois quarts d'heure de formation. Une procédure pas à pas est transmise dix jours avant la session.

Sont également nécessaires : un poste par participant, ou un poste pour deux sur la première demi-journée, avec une connexion internet fonctionnelle ; un smartphone ou un poste équipé d'un micro pour les appels simulés ; une salle équipée d'un vidéoprojecteur ou d'un grand écran, assez calme pour les appels ; et, dans la mesure du possible, le discours d'appel actuel et quelques mails de prospection, anonymisés, transmis dix jours avant. Aucune coordonnée réelle de client.

INTERVENANT



Loïc Delmazure

Formateur et consultant IA · Dpp

Formateur et consultant indépendant, spécialisé dans l'usage professionnel de l'intelligence artificielle générative et dans l'automatisation des tâches administratives et commerciales au sein des TPE et PME. Président de Skillearn, l'agence IA et automatisation.

150+	20+	4,7/5
apprenants formés depuis 2023	organisations commanditaires depuis 2023	de moyenne aux questionnaires de fin de formation

Questionnaires de fin de formation transmis par les organismes : 31 notes sur 19 sessions, de mai à octobre 2026.

- Ancien ingénieur d'affaires : la prospection, les relances et le suivi commercial ont été son quotidien avant la formation.
- Président ou membre de jury pour cinq certifications professionnelles enregistrées au Répertoire spécifique, dont une consacrée à la performance commerciale avec l'intelligence artificielle (RS7283).
- Interventions régulières sur l'intelligence artificielle appliquée aux métiers : traitement et rédaction de messages, production de documents, automatisation de flux de travail, montée en compétence d'équipes non techniques.
- Pédagogie orientée pratique : aucune démonstration non reproductible par le participant, un outil unique par formation, et des livrables qui restent dans l'entreprise après la session.

Loïc Delmazure

Programme type, ajusté à votre entreprise lors de l'échange de cadrage. Appris le vendredi, appliqué le lundi.

DELMAZURE PROJECT PLANNER · Dpp

Document de présentation pédagogique, édition entreprise. Une édition destinée aux organismes de formation existe, sans tarifs : programme, édition organismes (PDF).