



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

NIVEAU INTERMÉDIAIRE

Développement commercial B2B *augmenté par l'IA.*

Une méthode pour structurer votre développement commercial B2B avec l'IA, de la cible au suivi du pipeline. En deux jours, vous faites avancer une séquence de prospection réelle sur votre marché — du ciblage des comptes et des personnes à la proposition commerciale — en pilotant l'IA à chaque étape : recherche de comptes, messages et séquences personnalisés, argumentaires et offres, relances et tenue du CRM, dans le respect du RGPD de la prospection et avec une vérification humaine systématique.

DURÉE

2 jours

14 heures

FORMAT

Inter · Intra

Présentiel ou distanciel

PUBLIC

Commerciaux & dirigeants

CERTIFICATION

Attestation

À PROPOS DE LA FORMATION

Développement commercial B2B augmenté par l'IA.

Une méthode pour structurer votre développement commercial B2B avec l'IA, de la cible au suivi du pipeline. En deux jours, vous faites avancer une séquence de prospection réelle sur votre marché — du ciblage des comptes et des personae à la proposition commerciale — en pilotant l'IA à chaque étape : recherche de comptes, messages et séquences personnalisés, argumentaires et offres, relances et tenue du CRM, dans le respect du RGPD de la prospection et avec une vérification humaine systématique.

DURÉE

2 jours

14 heures

FORMAT

Inter · Intra

Présentiel ou distanciel

NIVEAU

Intermédiaire

PÉDAGOGIE

Active

Petits groupes

CERTIFICATION

Attestation

Attestation délivrée

Objectifs pédagogiques

- Construire le ciblage d'un marché B2B à l'aide d'un assistant IA — profil de compte idéal, persona et liste de comptes à ouvrir, avec les signaux et critères de qualification — puis vérifier manuellement les informations recueillies en exigeant des sources citées, sans prêter à l'IA des faits qu'elle n'a pas établis.
- Rédiger des messages et une séquence de prospection multi-canal personnalisés pour un persona donné, en pilotant l'IA par des prompts structurés et une boucle critique, et en supprimant toute formulation générique ou trompeuse, de façon à proposer un message clair, honnête et adapté à l'interlocuteur.
- Produire une proposition commerciale et son argumentaire (compréhension du besoin, offre, bénéfices, réponses aux objections, éléments de preuve) via une chaîne IA et des gabarits, en vérifiant chaque affirmation et en assurant la cohérence entre le message de prospection, la proposition et le prix annoncé.
- Construire un dispositif de suivi du pipeline et de relances assisté par IA (étapes, priorisation, scénarios de relance, tenue du CRM ou d'un tableur de suivi). Contrôler la conformité de la démarche au regard de l'usage responsable de l'IA et du cadre de la prospection : protection des données personnelles (RGPD, recommandations CNIL), information et droit d'opposition des personnes, et littératie IA prévue par l'AI Act (Règlement (UE) 2024/1689, art. 4, applicable depuis le 2 février 2025 ; cf. module 4).

Public visé

Commerciaux et chargés d'affaires B2B, business developers, ingénieurs d'affaires, dirigeants de TPE-PME et indépendants assurant eux-mêmes leur développement, responsables commerciaux et marketing amenés à prospecter de nouveaux comptes. La formation s'adresse aussi bien à celles et ceux qui prospectent ponctuellement qu'aux équipes qui souhaitent structurer et fiabiliser leur démarche de prospection et de proposition sur un marché B2B.

Prérequis

Exercer ou prendre une responsabilité de développement commercial B2B (prospection, rendez-vous, propositions) et disposer d'une offre réelle à vendre. Aucun prérequis technique en IA : la formation part de zéro côté outils. Une maîtrise bureautique de base est attendue (traitement de texte, tableur, navigation web, messagerie). Chaque participant apporte un cas réel de développement — un marché, un segment ou quelques comptes à ouvrir, avec son offre et, si possible, un accès à son outil de suivi commercial (tableur ou CRM) ; à défaut, un cas blanc représentatif et anonymisé est fourni par Akademia. Matériel : un ordinateur portable par participant et un accès internet (en distanciel : caméra, micro et, idéalement, double écran).

Quatre modules progressifs pour monter en compétences.

JOUR 1

Jour 1 — Cibler et engager

Du ciblage du marché et des comptes à la séquence de prospection personnalisée.

MODULE

01.

3H30

Cibler son marché et ses comptes avec l'IA

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

« Définir le profil de compte idéal, les personae et une liste qualifiée de comptes à ouvrir, en s'appuyant sur l'IA et en vérifiant manuellement les informations — sur son propre marché. »

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Cadrer son développement avant d'outiller : marché ou segment visé, offre réelle à vendre, proposition de valeur, cycle de vente et interlocuteurs (décideur, prescripteur, utilisateur). Distinguer une démarche ciblée d'un envoi de masse sans valeur.
- Construire le profil de compte idéal (taille, secteur, contexte, signaux d'intérêt) et les personae (rôle, enjeux, objections probables) : l'IA aide à formuler des hypothèses et à structurer une grille de qualification, que l'on confronte ensuite au terrain.
- Recherche de comptes et de personae assistée par l'IA — la chaîne de tâches (« prompt chaining ») : enchaîner des prompts structurés (hypothèses de cible, critères de qualification, questions à instruire pour chaque compte) en demandant à l'IA de citer ses sources et de signaler ce qu'elle ne peut pas vérifier, avec un point de contrôle entre les maillons. Selon le cas, traiter en parallèle plusieurs segments ou comptes indépendants (parallélisation), voire aiguiller chaque demande vers le bon traitement (routing).
- Donner à l'IA le bon contexte, ni trop ni trop peu — l'« ingénierie de contexte » appliquée au ciblage : sélectionner les seuls faits utiles (offre, références, marché) et définir le résultat attendu et ses critères de qualité, plutôt que de s'en remettre à un « persona expert » figé. Connaître la limite de mémoire de son outil — très variable selon l'éditeur et l'abonnement, à vérifier — et préférer les extraits pertinents à un collage massif (récupération « juste-à-temps »). Les repères chiffrés sont regroupés dans une fiche « Repères techniques » mise à disposition sur le LMS.

- Constituer une base de connaissance commerciale persistante — un « dossier de faits » réutilisable (offre, tarifs, références et cas clients, arguments, éléments de preuve) dans un espace/projet qui sert à tous les comptes. Une base persistante n'est pas un collage : l'IA y recherche et récupère les passages utiles (récupération augmentée) ; la structurer (titres, sources) pour qu'elle reste cherchable.
- Vérification humaine systématique : recouper toute information sur un compte ou une personne avec une source fiable avant de l'utiliser — l'IA propose des pistes mais peut se tromper ou inventer ; ne jamais prêter à un prospect un fait non vérifié. La boucle réunir le contexte → produire → vérifier → recommencer appliquée au ciblage.
- Usage responsable et protection des données dès le ciblage : ne collecter que des données professionnelles utiles et licitement obtenues, distinguer données d'entreprise et données à caractère personnel (RGPD), et préparer le respect de l'information et du droit d'opposition des personnes (approfondi au module 4). Données que l'on n'est pas autorisé à téléverser ou à connecter : poser la règle dès maintenant.

MISE EN PRATIQUE

Atelier « Je cible mon marché » : chaque participant définit avec l'IA son profil de compte idéal et un persona prioritaire (le sien ou le cas blanc fourni par Akademia), puis constitue une première liste de comptes à ouvrir avec une grille de qualification, en exigeant des sources citées et en marquant ce qui reste à vérifier ; restitution flash challengée par le groupe (« cette cible est-elle réaliste et les informations sont-elles vérifiées ? »).

LIVRABLE

Fiche de ciblage (profil de compte idéal, persona prioritaire, signaux et critères de qualification), première liste de comptes à ouvrir avec sources et points à vérifier, et amorce de la base de faits commerciale réutilisable.

Rédiger ses messages et sa séquence de prospection avec l'IA

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

« Rédiger et réviser des messages de prospection personnalisés et bâtir une séquence multi-canal pour un persona, en pilotant l'IA et en supprimant le générique et l'inexact. »

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Anatomie d'un message de prospection qui respecte l'interlocuteur : accroche fondée sur un élément réel et vérifié propre au compte, lien clair avec son enjeu, proposition de valeur concrète, appel à l'action simple et raisonnable, et possibilité de ne pas donner suite. Bannir les promesses trompeuses et le ton intrusif.
- De l'écriture de prompts à l'ingénierie de contexte pour la rédaction : fournir à l'IA le persona, l'élément déclencheur vérifié, l'offre et le ton attendu, et définir des critères de réussite (clarté, personnalisation réelle, longueur, absence de formules creuses) plutôt qu'un « persona expert » figé. La formule rôle + contexte + tâche + contraintes + format reste un point de départ utile mais ne suffit pas.
- Construire une séquence multi-canal cohérente (par exemple courriel, message professionnel, appel) : nombre et espacement des contacts, angle propre à chaque message, articulation des canaux et critère d'arrêt (réponse obtenue ou opposition exprimée). Adapter la séquence au cycle de vente et au persona.
- Personnalisation à l'échelle, sans tomber dans le générique : l'IA aide à décliner un message sur plusieurs comptes à partir d'éléments réels propres à chacun ; chaque envoi doit rester exact et pertinent. Un message « personnalisé » sur une information fausse ou inventée est contre-productif et peut nuire à la relation.
- Révision critique en boucle (motif « évaluateur-optimiseur ») : faire évaluer ses messages par un « second regard » IA dans un contexte/fil séparé du rédacteur, à qui l'on ne fournit que la grille de critères (un autre modèle est un plus, non une obligation : l'essentiel est l'isolement du contexte) — chasser le générique, vérifier chaque affirmation, puis arbitrer humainement pour un ton juste et honnête.
- Mesure et amélioration, sans promesse chiffrée : suivre des repères simples (réponses, rendez-vous obtenus) pour comparer des variantes de message et améliorer la séquence dans le temps ; les gains éventuels sont des ordres de grandeur variables selon les cas, jamais garantis.
- Règles d'envoi en B2B : identifier clairement l'expéditeur et l'objet, proposer un moyen simple de ne plus être contacté dès le premier message, et n'adresser que des sollicitations en rapport avec l'activité professionnelle de la personne (cadre détaillé au module 4).

MISE EN PRATIQUE

Atelier « J'écris ma séquence » : chacun rédige avec l'IA, pour son persona prioritaire, un message d'accroche personnalisé réellement révisé et vérifié, puis bâtit une séquence multi-canal (3 à 5 contacts) avec l'angle de chaque message et le critère d'arrêt ; revue croisée en binôme avec la checklist anti-générique et le contrôle des informations citées.

LIVRABLE

Un message d'accroche personnalisé révisé et vérifié, une séquence de prospection multi-canal documentée (canaux, angles, espacement, critère d'arrêt) et une bibliothèque de prompts « prospection » réutilisable.

Jour 2 — Convaincre et suivre

De la proposition commerciale et de l'argumentaire au suivi du pipeline et des relances, dans le respect du RGPD.

MODULE

03.

3H30

Construire sa proposition commerciale et son argumentaire avec l'IA

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

« Produire une proposition commerciale et un argumentaire pour un compte, via une chaîne IA et des gabarits, en vérifiant les faits et en assurant la cohérence message / proposition / prix. »

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Structure d'une proposition commerciale B2B : compréhension du besoin du client, reformulation de l'enjeu, offre et périmètre, bénéfices concrets et mesurables côté client, éléments de preuve (références, cas comparables), modalités et prix. Répondre au besoin précis du compte, pas un argumentaire générique.
- Production guidée par chaîne IA et gabarits : générer un squelette de proposition adapté au compte à partir de la base de faits commerciale (offre, références, preuves), puis l'ajuster ; la cohérence se construit en reliant la proposition au message de prospection et au prix annoncé.
- Construire l'argumentaire et le traitement des objections : à partir des objections probables du persona, préparer des réponses honnêtes et étayées ; l'IA aide à anticiper et à formuler, l'arbitrage et la vérification restent humains. Distinguer un bénéfice démontrable d'une promesse non tenable.
- Éléments de preuve et chiffres : n'avancer que des références et des résultats réels et vérifiables ; tout chiffre client est présenté comme un ordre de grandeur observé et contextualisé, jamais comme une garantie. Règle d'or : l'IA reformule des faits fournis et cite ses sources, elle n'invente pas.
- Cohérence transversale et prix : vérifier que le message, la proposition et le devis disent la même chose (périmètre, bénéfices, conditions, prix) ; un écart entre la promesse de prospection et la proposition fragilise la relation. Cohérence tarifaire avec l'offre réelle.
- Révision critique en boucle (motif « évaluateur-optimiseur ») : faire évaluer la proposition par un second regard IA dans un fil/contexte séparé, à qui l'on ne donne que la grille de critères (clarté, personnalisation, exactitude des faits, traitement des objections, cohérence prix) ; corriger puis arbitrer humainement pour un ton institutionnel et juste.

MISE EN PRATIQUE

Atelier « Je construis ma proposition » : chacun adapte sa base de faits puis produit avec l'IA, sur un compte réel (ou le cas blanc), une proposition commerciale au gabarit (compréhension du besoin, offre, bénéfices, preuves, prix) réellement révisée et vérifiée, ainsi qu'un argumentaire avec réponses aux objections probables ; revue croisée en binôme sur l'exactitude des faits et la cohérence message / proposition / prix.

LIVRABLE

Une proposition commerciale formée au gabarit, réellement révisée et vérifiée, un argumentaire de réponse aux objections, et une bibliothèque de prompts « proposition et argumentaire » enrichie.

Suivre son pipeline, relancer et tenir son CRM dans le respect du RGPD

OBJECTIF OPÉRATIONNEL

« Construire un dispositif de suivi du pipeline et de relances assisté par IA, puis contrôler la conformité de la démarche (RGPD, droit d'opposition, usage responsable de l'IA). »

CONTENU PÉDAGOGIQUE

- Structurer son pipeline : définir les étapes (de la prise de contact à la signature), les informations à suivre et les critères de priorisation des comptes (potentiel, maturité, prochaine action). L'IA aide à mettre de l'ordre dans un suivi existant et à préparer les prochaines actions, sans décider à la place du commercial.
- Relances et suivi assistés par l'IA : préparer des scénarios de relance adaptés à l'étape et au persona, des comptes rendus d'échange et des points d'avancement ; aider à rédiger la prochaine relance à partir de l'historique, dans le respect du critère d'arrêt (réponse ou opposition).
- Tenir son CRM ou son tableur de suivi : qualité et fraîcheur des données, traçabilité des échanges, préparation des données pour le suivi ; l'IA peut aider à structurer et à résumer, mais la fiabilité des informations saisies reste sous contrôle humain. Ne saisir que des données utiles et licitement obtenues.
- Tenir le contexte sur un cycle commercial long : distinguer la compaction (résumé d'état fidèle d'un compte, puis repartir d'un fil neuf), la prise de notes structurée (un suivi tenu hors du fil : étapes, décisions, prochaines actions) et la base de faits commerciale de référence (distincte du suivi de compte) ; activer un mode de raisonnement approfondi pour les analyses lourdes (priorisation, préparation d'une proposition complexe). À mesure qu'un fil gonfle, la fiabilité de rappel tend à se dégrader (« context rot »).
- Usage responsable et cadre de la prospection (RGPD) : distinguer données d'entreprise et données à caractère personnel ; informer les personnes et leur offrir un moyen simple de s'opposer à la prospection (opt-out) ; n'adresser, en B2B, que des sollicitations en rapport avec l'activité professionnelle de la personne ; ne conserver les données que le temps justifié par la prospection ; respecter les recommandations de la CNIL. Données que l'on n'est pas autorisé à téléverser ou à connecter à un outil d'IA : appliquer la règle de confidentialité.

- Situation au regard de l'AI Act : en utilisant un assistant IA pour prospecter et suivre ses comptes, l'organisme agit comme déployeur au sens du Règlement (UE) 2024/1689, et l'obligation de littératie IA (art. 4, applicable depuis le 2 février 2025) concerne son personnel ; cette formation y contribue sans constituer une prestation de mise en conformité. À la date de conception de ce programme (juin 2026), la formulation de cette obligation évolue : le « Digital Omnibus », adopté par le Parlement européen le 16 juin 2026, remplacerait l'obligation de « garantir » un niveau suffisant de littératie par celle d'en « soutenir » le développement ; ce texte n'étant pas encore publié au Journal officiel de l'Union européenne, le règlement (UE) 2024/1689 reste la base applicable, ses règles de surveillance s'appliquant à compter du 2 août 2026. Le formateur tient cette veille à jour.
- Ouverture — industrialiser pour la suite (perspective de transfert, hors évaluation) : capitaliser ses livrables dans une base de connaissance commerciale persistante et des gabarits réutilisables (bibliothèques de prompts, trames de messages, de proposition et de suivi), pour gagner du temps sur les comptes suivants (gain variable selon les cas, jamais garanti).

MISE EN PRATIQUE

Atelier final « Mon suivi et ma conformité » : chacun structure son pipeline (étapes, priorisation) dans son CRM ou un tableur de suivi, prépare avec l'IA un scénario de relance pour un compte, puis passe sa démarche à une checklist de conformité (information et opt-out, données utiles et licites, durée de conservation, vérification humaine, données autorisées dans l'outil d'IA) ; puis présente en 3 minutes l'état de sa démarche réelle et son plan pour la poursuivre — cette présentation sert de support au constat final d'atteinte des objectifs (évaluation sommative).

LIVRABLE

Pipeline structuré (étapes, priorisation) renseigné dans un CRM ou un tableur de suivi, un scénario de relance préparé pour un compte, et checklist de conformité de la prospection (RGPD, opt-out, usage responsable de l'IA) renseignée.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apprendre par la pratique, avec un formateur expert à vos côtés.

- Pédagogie active et apprentissage par le faire : la pratique occupe la place centrale — de l'ordre de 40 à 45 % du temps en atelier individuel accompagné sur le cas réel du participant (fil rouge) et plus de 60 % du temps consacré à la pratique au sens large en y ajoutant les démonstrations commentées et les revues croisées appliquées à ce même cas ; le reste en apports méthodologiques cadrés.
- Exposés interactifs courts : apports structurés et cadrage méthodologique par le formateur, appuyés sur des supports visuels.
- Démonstrations en direct : le formateur manipule l'IA sur un cas devant le groupe (ciblage, rédaction d'un message, second regard sur une proposition).
- Méthode active : ateliers individuels accompagnés, revues croisées en binôme et restitutions flash favorisant le regard critique.
- Accompagnement individualisé : le formateur adapte le niveau de soutien selon le profil (indépendant ou équipe commerciale, débutant ou à l'aise avec l'IA), sur la base du test de positionnement.
- Approche par compétences : chaque module produit un livrable directement réinvestissable.

Profil du formateur

Formateur expert à double compétence : développement commercial B2B (prospection, propositions, suivi du pipeline) et usage opérationnel de l'IA générative. Il justifie d'une expérience concrète de prospection et de vente en B2B, et tient à jour une veille sur l'état de l'art des outils et sur le cadre réglementaire de la prospection.

Moyens & supports

- En présentiel : salle équipée d'un vidéo-projecteur, paperboard, connexion internet et un poste par participant.
- En distanciel : classe virtuelle synchrone via les outils Akademia (partage d'écran, sous-groupes, partage de fichiers).
- Plateforme LMS Akademia (FormAI) : test de positionnement en ligne et mise à disposition de l'ensemble des ressources (supports, gabarits, bibliothèque de prompts, cas commercial blanc, fiche « Repères techniques » : limites de mémoire des outils, fenêtres de contexte, accès API).
- Kit de gabarits remis à chaque participant : fiche de ciblage et grille de qualification, gabarit de base de faits commerciale, trames de message et de séquence, gabarit de proposition commerciale et d'argumentaire, trame de suivi de pipeline et checklist de conformité de la prospection.
- Outils IA (catégories de capacités, posture multi-éditeurs) : assistants conversationnels avec traitement natif des documents longs et fenêtres de contexte étendues, mode de raisonnement / réflexion approfondie pour les tâches analytiques, connecteurs de données (indexation d'une source et récupération des passages utiles), espaces de connaissance persistants (projets / bibliothèques ancrés sur les documents commerciaux de l'organisation), et tableur assisté.

Modalités d'évaluation

- Test de positionnement en ligne réalisé sur la plateforme LMS avant le début de la formation, complété par un tour de table des attentes.
- Évaluation formative continue : les livrables de chaque module et les revues en binôme permettent au formateur de vérifier la progression sur chaque objectif et d'apporter une remédiation immédiate.
- Évaluation sommative : grille critériée d'atteinte des objectifs appliquée aux productions réalisées sur le cas fil rouge (fiche de ciblage et liste de comptes qualifiée ; message d'accroche révisé et séquence de prospection ; proposition commerciale révisée et argumentaire ; pipeline structuré et scénario de relance ; checklist de conformité de la prospection renseignée), alimentée par le formateur au fil des ateliers puis consolidée avec chaque participant en fin de session, intégrant un critère d'usage responsable observable (données professionnelles utiles et licites, information et droit d'opposition prévus, aucune donnée non autorisée téléversée), complétée par un auto-positionnement de sortie.
- Évaluation de satisfaction à chaud en fin de session et évaluation à froid à distance, à 1 à 3 mois, mesurant le transfert en situation de travail : démarche de prospection effectivement engagée, comptes contactés et, lorsque le participant les communique, ses premiers retours terrain (réponses obtenues, rendez-vous, propositions envoyées), à titre indicatif et non garanti. L'évaluation à froid prend appui sur le mini plan d'action écrit (3 actions, échéances) formalisé par chaque participant en fin de session.

Documentation remise aux stagiaires

- Le support de formation complet
- La fiche de ciblage et la grille de qualification (gabarits)
- Le gabarit de base de connaissance commerciale persistante (dossier de faits)
- Les trames de message et de séquence de prospection multi-canal
- Le gabarit de proposition commerciale et l'argumentaire de réponse aux objections
- La checklist anti-générique de relecture des messages et la checklist de cohérence message / proposition / prix
- La bibliothèque de prompts (ciblage, prospection, proposition, suivi)
- La trame de suivi de pipeline et la checklist de conformité de la prospection (RGPD, opt-out, usage responsable de l'IA)
- Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs et le résultat de l'évaluation des acquis

Accessibilité & handicap

Les besoins d'adaptation sont recensés dès l'inscription. Un référent handicap Akademia est identifié et joignable pour étudier, au cas par cas avec le participant, les aménagements possibles (rythme, supports, modalité). Les conditions d'accès sont vérifiées selon la situation.

Équipements à apporter

- Ordinateur portable

Modalités & délais d'accès

Formation en petit groupe (4 à 6 participants), pour garantir un accompagnement individualisé sur le cas réel de chacun. Inscription en ligne ou auprès du service formation, entrée à date fixe selon le calendrier des sessions. Pour les financements OPCO, l'inscription doit intervenir suffisamment tôt pour respecter les délais d'instruction du dossier ; Akademia accompagne le participant dans ses démarches.

Tarif

SESSION INTER-ENTREPRISES

1590 € net de taxe

par participant · 2 jours (14 h)

Exonération de TVA · art. 261-4-4° a du CGI

SESSION INTRA-ENTREPRISE

Tarif sur devis

Session dédiée à vos collaborateurs, dans vos locaux ou à distance. Contactez-nous pour une proposition chiffrée personnalisée selon l'effectif et les modalités.

Prise en charge possible par votre OPCO ou France Travail. Nos équipes vous accompagnent dans le montage du dossier de financement.

PASSONS À L'ACTION

Construisons ensemble votre session sur-mesure.

Dites-nous vos contraintes (format, lieu, dates, nombre de participants) et recevez une proposition personnalisée sous 24 heures ouvrées.

Akademia Formation

SERVICE ADMINISTRATION DES
VENTES

adv@akademiaformation.com

www.akademiaformation.com

Devis personnalisé

RÉPONSE SOUS 24 H OUVRÉES

Format inter · intra

Présentiel ou distanciel

— FIN DU PROGRAMME —