Modèle de plan de prospection

Pour vous aider à établir le plan de prospection commerciale adapté à votre développement, Appvizer met à votre disposition un modèle. À vous de le compléter !

Plus d'infos :
https://www.appvizer.fr/magazine/relation-client/customer-relationship-management-crm/plan-de-prospection

Objectifs de prospection

Rappels :

- ➔ Fixer des objectifs apporte du sens et de la cohérence aux actions de votre campagne de prospection.
- ➔ Définissez des objectifs SMART en accord avec votre stratégie commerciale.

Objectif n°1

Dénomination de l'objectif :

Nature de l'objectif : qualitatif / quantitatif

Résultat attendu :

Rôle de l'objectif pour soutenir la stratégie commerciale :

Délai de réalisation imparti :

Échéance de l'objectif : JJ/MM/AAAA

Responsable de l'atteinte de l'objectif :

Objectif n°2

Dénomination de l'objectif :

Nature de l'objectif : qualitatif / quantitatif

Résultat attendu :

Rôle de l'objectif pour soutenir la stratégie commerciale :

Délai de réalisation imparti :

Échéance de l'objectif : JJ/MM/AAAA

Responsable de l'atteinte de l'objectif :

Objectif n°n

Dénomination de l'objectif :

Nature de l'objectif : qualitatif / quantitatif

Résultat attendu :

Rôle de l'objectif pour soutenir la stratégie commerciale :

Délai de réalisation imparti :

Échéance de l'objectif : JJ/MM/AAAA

Responsable de l'atteinte de l'objectif :

Cibles de la campagne de prospection

Rappel : Segmenter vos prospects vous aide à vous concentrer sur les profils à prospecter en priorité.

Cible n°1

Type de cible : B2B / B2C / B2B2C

Profil type :

- ➔ tranche d'âge :
- ➔ genre :
- ➔ zone géographique :
- ➔ budget moyen :
- ➔ si B2B, rôle dans l'entreprise :
- ➔ secteur d'activité :
- ➔ besoin(s) :
- ➔ objections courantes à lever :

Cible n°2

Type de cible : B2B / B2C / B2B2C

Profil type :

- ➔ tranche d'âge :
- ➔ genre :
- ➔ zone géographique :
- ➔ budget moyen :
- ➔ si B2B, rôle dans l'entreprise :
- ➔ secteur d'activité :
- ➔ besoin(s) :
- ➔ objections courantes à lever :

Plan d'action à mettre en place

Prioriser les canaux

Renseignez ici les canaux prospection choisis pour remplir chaque objectif, parmi au choix : votre site internet, l'emailing, les réseaux sociaux, les salons professionnels, etc.

N'hésitez pas à combiner plusieurs canaux pour un même objectif. *Par exemple* : *un entretien de prospection téléphonique + un email ciblé.*

Canal à exploiter pour servir l'objectif n°1 :

Canal à exploiter pour servir l'objectif n°2 :

Canal à exploiter pour servir l'objectif n°n :

Créer le fichier de prospection

Si vous n'en avez pas encore un, créez votre fichier de prospection pour y recueillir toutes les informations des prospects que vous vous apprêtez à contacter.

Si vous en avez déjà un, assurez-vous qu'il réponde à vos objectifs et à vos cibles pour cette campagne.

Définir le budget

Budget alloué pour mener à bien l'objectif n°1 : X,XX €, dont :

- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*

Budget alloué pour mener à bien l'objectif n°2 : X,XX €, dont :

- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*

Budget alloué pour mener à bien l'objectif n°n : X,XX €, dont :

- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*
- ➔ X,XX € pour *[utilisation prévue]*

Choisir les outils et méthodes

Techniques de prospection choisies :

- ❏ prospection téléphonique
- ❏ prospection terrain
- ❏ prospection par email
- ❏ prospection par SMS
- ❏ prospection sur les réseaux sociaux
- ❏ prospection lors d'événements professionnels
- ❏ achat ou location d'une base de données de prospects
- ❏ autre : *(précisez)*

Outils mis à disposition des équipes commerciales pour atteindre leurs objectifs :

- ❏ logiciel de génération de leads : *(précisez)*
- ❏ logiciel CRM : *(précisez)*
- ❏ logiciel d'automatisation marketing : *(précisez)*
- ❏ fichier de prospection
- ❏ un modèle de fiche prospect Excel

- ❏ autre : *(précisez)*

Si vous cherchez encore l'outil répondant à vos besoins spécifiques pour parfaire votre prospection, consultez notre annuaire de logiciels de gestion de la relation client.

Planification des actions de prospection

Conseil : découpez vos objectifs en tâches actionnables rapidement pour mieux suivre la réalisation de vos objectifs.

Objectif n°1 : à réaliser avant le JJ/MM/AAAA			
Tâche à réaliser	Criticité	Responsable	Échéance
Tâche 1			
Tâche 2			
Tâche 2			

Mesure des KPIs et de la rentabilité de la campagne

Conseil : définissez des indicateurs à des échéances intermédiaires pour garder la maîtrise de l'avancement de vos objectifs.

Indicateurs retenus pour mesurer le succès de la prospection :

- ❏ chiffre d'affaires généré,
- ❏ part de nouveaux clients dans votre portefeuille,
- ❏ nombre de nouveaux clients par commercial·e,
- ❏ nombre de nouveaux clients par zone géographique,
- ❏ un pourcentage de prospects chauds à relancer et convertir,
- ❏ autre : (précisez)