# Sales automation

Cette formation vous plonge dans l'univers de la prospection automatisée et vous montre comment passer d'une simple stratégie de social selling à une machine de prospection ultra-efficace. On reprend les bases (ICP, persona, USP…) pour ensuite les appliquer à l'automation. Vous apprendrez à :

- Construire une stratégie de contact solide en utilisant les outils incontournables (LinkedIn, Sales Navigator, Nomination, etc.).
- Scraper des bases de données (LinkedIn, sites, annuaires…) et les enrichir en coordonnées (mails, numéros de téléphone…) pour avoir un fichier ultra-qualifié.
- Mettre en place des séquences automatisées avec des plateformes comme Skaly ou Waalaxy, en intégrant l'IA pour créer des ice breakers qui claquent.
- Suivre et analyser vos campagnes grâce au sales ops pour optimiser vos taux de réponse et vos conversions.
- Composer des CTA percutants et des contenus qui donnent envie de cliquer (ou de rappeler).
- Orchestrer des séquences multicanales (LinkedIn + e-mail + call) sans paraître lourd ni intrusif.

On ne s'arrête pas là. Le module aborde aussi la prospection par mail:

- **Comment constituer une base de contacts qualifiée** via des outils.
- **Créer des mails** adaptés à chaque persona et maîtriser les règles du Bashômail pour personnaliser au max.
- **Contourner les filtres anti-spam**, gérer le growth hacking et automatiser intelligemment vos campagnes (Lemlist, Dropcontact, etc.).

**Formateur·rice(s) :**

- Victor Adbib

## Objectifs visés

- Définir et affiner son ICP/persona pour une prospection ultra-ciblée.
- Maîtriser les outils de scraping et d'enrichissement de bases de données (LinkedIn, sites, annuaires...).
- Créer et paramétrer des séquences automatisées (Lemlist…) pour booster la prospection.
- Mesurer et optimiser en continu la performance de ses campagnes via des KPIs pertinents (Sales Ops).

## Méthodes d'évaluation

- Cas pratique
- Quiz

- Concevoir des contenus et CTA percutants pour maximiser les taux de réponse.
- Utiliser l'IA pour générer des "ice breakers" personnalisés et attractifs (HumanLinker)
- Élaborer une approche multicanale (LinkedIn, e-mail, téléphone, SMS) sans passer pour un spammeur.
- Respecter les bonnes pratiques de routage (anti-spam, deliverability, etc.).
- Piloter et automatiser certaines étapes du cycle de vente pour gagner en efficacité (Growth Hacking).

# Déroulé pédagogique

## Journée 1

- Introduction : Présentation du programme, objectifs et enjeux.
- Quiz debrief : on revient sur le questionnaire rempli en amont pour valider les acquis.
- Focus ICP/Persona/USP : rappel des fondamentaux de la prospection pour poser un socle solide.
- Pause
- Social Selling & Outils : présentation pratique de LinkedIn, Sales Navigator, Nomination, etc.
- Création de comptes & Check technique : s'assurer que tout le monde a accès à Lemlist, DropContact et autres outils nécessaires (Lemlist, etc…).
- Scraping & Enrichissement de données : démonstration et exercice pour monter des bases qualifiées (via LinkedIn, annuaires, sites…).

## Journée 2

- Montage de séquences automatisées : Paramétrage de Lemlist/Skaly/Waalaxy. Séquencement (timings, cadences, messages).
- AI pour des ice breakers : comment générer des accroches personnalisées et impactantes.
- Pause
- Stratégie de communication & Content mailing : Règles du Bashômail, personnalisation à grande échelle. CTA et contenus qui incitent à l'action (mails, SMS, posts LinkedIn).
- Filtrage anti-spam & deliverability : comment éviter de tomber en spam et optimiser son taux de délivrabilité.

- Growth Hacking : quelles étapes du cycle de vente automatiser et comment.

### Journée 3

- Sales Ops & Monitoring : Mise en place de KPIs, dashboards et indicateurs de performance. Comment analyser les résultats en temps réel et adapter la stratégie.
- Multicanal : mail, LinkedIn, call, SMS : construire une approche cohérente et non intrusive.
- Pause
- Cas pratiques & Workshop : Mise en situation : création complète d'une séquence multicanale. Exercice de correction : retours et ajustements en groupe.
- Bilan & Évaluation : Validation des acquis (démonstration de l'utilisation de Lemlist, DropContact, etc.). Q&A et plan d'action personnalisé.

## Informations complémentaires

**Durée :** 24 heures de formation sur 3 jours

**Pré-requis :**

- Bases d'informatiques.

**Public concerné :** Professionnel cherchant à améliorer son acquisition client