



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.

Méthodes d'évaluation

- Cas pratique



- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• 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).• 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). | <ul style="list-style-type: none">• Quiz |
|--|--|

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