



AFEST : Acquisition client

1. Contexte et objectifs

La formation « Acquisition client » vise à permettre à des dirigeants de startup de développer une stratégie d'acquisition client structurée, combinant inbound et outbound, et d'acquérir les compétences nécessaires pour piloter cette démarche en autonomie. Elle s'adresse à tout dirigeant ou commercial souhaitant maîtriser la prospection moderne, l'utilisation d'outils IA, la gestion CRM et l'analyse des performances commerciales.

2. Articulation théorie/pratique

La formation alterne explicitement phases théoriques et séquences de travail en situation réelle, selon le modèle Afest :

- Les apports théoriques sont dispensés sous forme d'exposés interactifs, d'ateliers et de supports (mindmap, présentations, vidéos).
- Les séquences de travail sont des mises en situation concrètes : création de campagnes, rédaction de messages, pilotage d'outils IA, simulation de rendez-vous commerciaux, analyse de KPIs.
- Chaque séquence de travail est suivie d'une phase réflexive, permettant d'analyser les acquis, les écarts et les axes d'amélioration.

3. Modalités d'évaluation

- **Quizz** : Évaluations théoriques réalisées après chaque module pour valider la compréhension des concepts.
- **Scorecard** : Grilles d'évaluation pratique adaptées à chaque séquence de travail, permettant de mesurer la maîtrise des compétences opérationnelles.
- **Grille réflexive** : Outil de suivi des phases réflexives, documentant les acquis, les écarts et les axes d'amélioration.



4. Supports pédagogiques

- Mindmap complète sur l'ensemble de la formation
- Tutoriels vidéo pour la prise en main des outils (Lemlist, Phantombuster, etc...)
- Modèles de scripts de cold mailing, messages LinkedIn, templates de nurturing

5. Phases réflexives

- Après chaque séquence de travail significative, une phase réflexive est organisée.
- Elle est animée par le formateur et repose sur une méthodologie participative et structurée.
- Les outils utilisés sont des grilles d'auto-évaluation, des feuilles de présence signées, et des enregistrements audio/vidéo facultatifs.
- Les traces de la réflexivité sont conservées pour la traçabilité Afest.

Formateur·rice(s) :

- Victor Adbib

Objectifs visés

- Savoir définir ICP (Ideal Customer Profile) et personas cibles.
- Construire un funnel d'acquisition intégrant canaux inbound (contenus, SEO, formulaires) et outbound (email, LinkedIn, phoning).
- Prioriser les actions et canaux selon les objectifs et la cible.
- Identifier et segmenter les prospects pertinents.
- Concevoir et exécuter des séquences outbound (multi-touch : email, LinkedIn, téléphone).
- Paramétrier et suivre des campagnes de prospection, relancer efficacement les leads non convertis.
- Transformer le trafic entrant en leads qualifiés via formulaires, contenus et lead magnets.

Méthodes d'évaluation

- Quiz
- Cas pratique
- Jeu de rôle / Simulation



- Mettre en place un processus de qualification et de suivi dans le CRM.
- Analyser et optimiser la performance des leviers inbound.
- Mener un entretien de découverte structuré, reformuler les besoins du prospect.
- Traiter les objections et proposer une solution adaptée.
- Conclure ou fixer une prochaine étape claire.
- Ajuster la stratégie d'acquisition en fonction des performances.

Déroulé pédagogique

Journée 1

- [Théorie] Introduction et cadre de l'acquisition client
- [Pratique] Atelier ICP et personas
- Pause déjeuner
- [Pratique] Construction du funnel d'acquisition
- [Pratique / Réflexif] Phase réflexive 1 sur la stratégie

Journée 2

- [Théorie] Fondamentaux de l'inbound marketing
- [Pratique] Création de contenus et formulaires
- Pause déjeuner
- [Pratique] Processus de qualification et suivi dans le CRM
- [Pratique / Réflexif] Phase réflexive 2 sur l'inbound et le CRM

Journée 3

- [Théorie] Principes de la prospection outbound

- [Pratique] Atelier rédaction de séquences email / LinkedIn
- Pause déjeuner
- [Pratique] Atelier cold call : structure et scripts puis appels
- [Pratique / Réflexif] Phase réflexive 3 sur les actions outbound

Journée 4

- [Théorie] Découverte de l'agent IA pour la prospection
- [Pratique] Paramétrage de l'agent IA et premiers tests
- Pause déjeuner
- [Théorie + Pratique] Pilotage des KPIs commerciaux
- [Pratique / Réflexif] Phase réflexive 4 sur IA et KPIs

Journée 5

- [Théorie] Techniques de rendez-vous commerciaux
- [Pratique] Jeux de rôle – découverte et qualification
- [Théorie + Pratique] Traitement des objections et closing
- Pause déjeuner
- [Pratique / Réflexif] Phase réflexive 5 sur les RDV commerciaux

Journée 6

- [Théorie] Récapitulatif global de la stratégie d'acquisition
- [Pratique] Étude de cas globale – construction de la stratégie complète
- [Pratique] Présentation orale de la stratégie par les participants, phase réflexive 6 et clôture

Informations complémentaires

Durée : 43.5 heures de formation sur 6 jours

Pré-requis :



- Maitriser l'outil informatique

Public concerné : Le public concerné par cette formation Afest « Acquisition client » est constitué de dirigeants de startup ou de commerciaux en charge du développement commercial, notamment dans des structures à taille humaine ou en phase de croissance. La formation est conçue pour être dupliquée, c'est-à-dire qu'elle s'adresse à tout dirigeant ou collaborateur souhaitant acquérir ou renforcer des compétences en acquisition client, stratégie inbound/outbound, utilisation d'outils IA, pilotage CRM et analyse de performance commerciale, indépendamment du secteur d'activité ou du niveau d'expérience initial.