

Vendre plus vite sans perdre l'humain : l'IA au service des Commerciaux B2B

Un parcours court et concret pour outiller les commerciaux sur les tâches qui leur prennent le plus de temps sans jamais remplacer la relation client, mais en la rendant plus rapide, plus régulière et mieux préparée.

Fiche synthétique

Durée : 21 heures, réparties sur 3 journées (6 demi-journées).

Format : Présentiel, distanciel ou hybride. Alternance de démonstrations live, d'ateliers guidés et de mises en situation issues du terrain des participants.

Public visé : Commerciaux terrain, chargés d'affaires, business developers, managers commerciaux et dirigeants de TPE/PME directement impliqués dans la vente.

Prérequis : Aisance avec les outils bureautiques courants, connaissance de sa propre offre commerciale, et venir avec des cas réels (prospects, emails, devis ou propositions en cours). Aucune compétence technique avancée n'est nécessaire.

Ce que les participants en retirent

À l'issue du parcours, chaque participant sait s'appuyer sur l'IA pour alléger sa charge administrative, industrialiser sa prospection sans la rendre impersonnelle, arriver en rendez-vous mieux préparé et transformer un simple brief client en proposition commerciale aboutie en quelques minutes.

Les bénéfices recherchés : du temps récupéré sur les tâches à faible valeur ajoutée, une cadence commerciale plus régulière, et des supports envoyés aux clients nettement plus qualitatifs.

Comment se déroule le parcours

La pédagogie est volontairement terrain : une courte démonstration, une mise en pratique immédiate sur les propres dossiers des participants, un débrief collectif, puis la capitalisation dans des modèles réutilisables dès le lendemain.

- Apports théoriques réduits au strict nécessaire
- Cas pratiques directement issus de la vente B2B en PME
- Prise en main d'outils d'IA simples d'accès, sans prérequis technique
- Travail réalisé sur des documents réels de l'entreprise participante
- Remise d'un kit de prompts et de trames prêtes à l'emploi

Programme détaillé

Jour 1 — Matin : Repérer et automatiser ce qui vous ralentit

Objectif : identifier les tâches commerciales chronophages et bâtir une première routine de travail assistée par IA.

Ce qu'on y travaille :

- Cartographie des usages possibles de l'IA sur le cycle de vente
- Repérage des tâches à faible valeur ajoutée dans le quotidien commercial
- Règles d'usage pour garder un discours crédible et humain

Mise en pratique : dessiner sa journée type de commercial et convertir deux tâches répétitives en prompts directement utilisables.

Ce que ça change concrètement : 30 à 60 minutes récupérées chaque jour sur la rédaction et la synthèse.

Jour 1 — Après-midi : Prospecter juste, sans repartir de zéro à chaque fois

Objectif : produire des messages de prospection percutants pour différents profils de prospects.

Ce qu'on y travaille :

- Segmentation simple et directement actionnable des cibles
- Création d'accroches adaptées au secteur et au persona
- Déclinaison d'un même message sur email, LinkedIn et relance

Mise en pratique : construire une mini-séquence de prospection personnalisée pour trois typologies de prospects B2B.

Ce que ça change concrètement : temps de préparation des campagnes divisé par deux, personnalisation plus systématique.

Jour 2 — Matin : Arriver en rendez-vous déjà prêt

Objectif : construire, en quelques minutes, une fiche de préparation complète (contexte, enjeux, hypothèses de besoins, questions de découverte).

Ce qu'on y travaille :

- Collecte des informations utiles avant l'échange
- Synthèse claire et actionnable produite par l'IA
- Anticipation des objections et des arguments clés

Mise en pratique : réaliser une fiche de préparation en une page à partir d'un compte client réel ou fictif.

Ce que ça change concrètement : 20 à 30 minutes gagnées par rendez-vous, une préparation plus rigoureuse.

Jour 2 — Après-midi : Boucler une proposition commerciale en 10 minutes

Objectif : générer, à partir d'un brief simple, une première version de proposition claire, personnalisée et convaincante.

Ce qu'on y travaille :

- Structurer une proposition qui rassure et donne envie de signer
- Faire rédiger les blocs clés par l'IA
- Ajuster ton, bénéfices et valeur perçue selon l'interlocuteur

Mise en pratique : construire une proposition à partir d'un cas réel, puis l'adapter à deux interlocuteurs différents.

Ce que ça change concrètement : temps de rédaction ramené de 45 minutes à 10-15 minutes pour une première version solide.

Jour 3 — Matin : Relancer au bon moment, avec le bon argument

Objectif : rédiger des relances contextualisées qui font réellement avancer un dossier.

Ce qu'on y travaille :

- Choisir l'angle de relance adapté à la situation
- Générer plusieurs formulations selon la maturité du prospect
- Intégrer un élément de valeur ajoutée dans chaque relance

Mise en pratique : reprendre trois affaires en cours et produire trois relances sur mesure.

Ce que ça change concrètement : meilleur taux de réponse et suivi plus régulier du pipeline.

Jour 3 — Après-midi : Construire sa méthode et la faire vivre au quotidien

Objectif : assembler sa propre boîte à outils IA commerciale, prête à être réutilisée dès le retour au bureau.

Ce qu'on y travaille :

- Capitaliser sur les prompts qui fonctionnent
- Standardiser ses trames de prospection, de préparation et de proposition
- Définir un plan d'action terrain sur 30 jours

Mise en pratique : chaque participant repart avec son kit personnel : 5 prompts, une trame de prospection, une trame de préparation de rendez-vous, une trame de proposition commerciale.

Ce que ça change concrètement : 2 à 5 heures récupérées chaque semaine sur les tâches répétitives du cycle de vente.

Comment est mesurée la progression

En amont : auto-positionnement sur les pratiques actuelles, les freins rencontrés et les tâches les plus chronophages.

Pendant le parcours : évaluation continue via les ateliers, avec vérification de la capacité à produire un prompt, une séquence de prospection, une fiche de rendez-vous et une proposition commerciale.

En clôture : mise en situation finale sur un cas fil rouge complet, complétée d'un quiz de validation des acquis.

30 jours après : bilan des usages réellement adoptés, des gains constatés sur le terrain et des points à consolider.

Ce qui reste entre les mains des participants

- Support de formation
- Bibliothèque de prompts prêts à l'emploi
- Trames de prospection et de relance
- Modèle de fiche de préparation de rendez-vous
- Modèle de proposition commerciale assistée par IA
- Plan d'action individuel à 30 jours