



LIONESS FORMATION

# Catalogue de formation 2026

**Service formation professionnelle**

LIONESS FORMATION, 12 RUE DE LA PART-DIEU 69003 LYON. SIRET : 92954113400011 — Code APE 85.59A Déclaration d'activité enregistrée sous le numéro 84692298269 auprès du préfet de Région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce numéro ne vaut pas agrément d'État.  
Version 05/01/2026

# Programme de formation

## Prospction client ciblée

**Durée :** 40h

**Prix :** 2897€ HT

### ***Profils des stagiaires***

- Chargé(e) de développement commercial
- Assistant(e) de vente/commercial(e)

### ***Prérequis***

- Connaissance des fondamentaux de la communication digitale
- Connaissance avérée des outils digitaux et logiciels
- Possession d'un ordinateur d'au moins 8 Go RAM

### **Objectifs pédagogiques**

- Élaborer une stratégie commerciale
- Cibler des prospects décideurs
- Mesurer et suivre ses KPI's

## Contenu de la formation

### Chapitre 1 : Les Fondamentaux de la Prospection Commerciale

#### 1. Introduction à la prospection commerciale

- Définition et importance pour le développement de l'entreprise.
- Différence entre prospection et fidélisation.
- Types de prospection : physique, téléphonique, digitale.

#### 2. Profil du client cible

- Comprendre son marché et définir les personas.
- Segmenter les clients potentiels en fonction de leurs besoins.

#### 3. Les bases de la relation client

- Créer une première impression positive.
- L'importance de l'écoute et de la compréhension des besoins.

### Chapitre 2 : Techniques de Prospection

#### 1. Prospection téléphonique (cold calling)

- Techniques pour capter l'attention en quelques secondes.
- Structure d'un appel de prospection efficace.
- Gérer le rejet et les objections.

#### 2. Prospection digitale (social selling, emailing)

- Utiliser LinkedIn et autres réseaux sociaux pour la prospection.
- Techniques pour créer des emails accrocheurs.
- Automatisation et outils CRM (Customer Relationship Management).

#### 3. Prospection terrain

- Préparation et organisation de la prospection physique.
- Approche directe et personnalisée.
- Conseils pour convaincre lors des rencontres en face à face.

### Chapitre 3 : Préparation de la Prospection

#### 1. Recherche et qualification des leads

- Identifier et cibler les prospects qualifiés.
- Utilisation des bases de données et outils de veille (Sales Navigator, etc.).
- Segmentation des prospects pour une approche adaptée.

#### 2. Techniques de préparation mentale

- La confiance en soi et la gestion du stress.
- L'importance de la préparation pour chaque contact.

#### 3. Définir ses objectifs de prospection

- Objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis).
- Calculer et suivre ses taux de conversion.

## Chapitre 4 : Gérer et Surmonter les Objections

### 1. Principales objections rencontrées en prospection

- "Je n'ai pas le temps", "Ce n'est pas le bon moment", "Je n'ai pas besoin".
- Comprendre les réticences du prospect.

### 2. Techniques pour répondre aux objections

- Reformulation, validation des besoins, et techniques de persuasion.
- Techniques de questionnement pour rediriger la conversation.

### 3. Transformer les objections en opportunités

- Rassurer le client et montrer la valeur ajoutée de votre offre.
- Créer des ponts pour relancer la discussion.

## Chapitre 5 : Suivi et Fidélisation des Prospects

### 1. La gestion des leads

- Organiser et suivre les prospects dans un CRM.
- Techniques de relance sans être intrusif.

### 2. Suivi personnalisé

- Adapter le discours et le ton en fonction de l'évolution de la relation.
- Maintenir l'intérêt du prospect sur le long terme.

### 3. Transformation des prospects en clients fidèles

- Techniques pour assurer la conversion.
- Comment bien préparer l'entrée en phase de négociation commerciale.
- Assurer la transition de la prospection à la fidélisation.

## Organisation de la formation

Référente pédagogique : Joan Fontaine

### Moyens pédagogiques et techniques

- Dispense de la formation en Blend Learning à distance.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)
- Étude de cas concrets en direct
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

**Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation**

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.

**Formacode : 34581**

À l'issue de la formation, le stagiaire se verra remettre une attestation de fin de formation

# Programme de formation

## Négociation et relation client

**Durée :** 40h

**Prix :** 2897€ HT

### ***Profils des stagiaires***

- Chargé(e) de développement commercial
- Assistant(e) de vente/commercial(e)

### ***Prérequis***

- Connaissance des fondamentaux de la communication digitale
- Connaissance avérée des outils digitaux et logiciels
- Possession d'un ordinateur d'au moins 8 Go RAM

### **Objectifs pédagogiques**

- Élaborer une stratégie commerciale
- Négocier des deals avec des prospects
- Maitriser la signature de contrats d'engagement commercial

## Contenu de la formation

### Chapitre 1 : Les Fondamentaux de la Négociation Client

1. **Introduction à la négociation client**
  - Définition et importance dans le cadre commercial.
  - Types de négociations : distributive vs intégrative.
2. **Les bases de la communication**
  - L'écoute active.
  - L'importance du langage non verbal.
3. **Préparation de la négociation**
  - Analyse des besoins du client.
  - Fixation des objectifs clairs (BATNA : Best Alternative to a Negotiated Agreement).

### Chapitre 2 : Stratégies de Négociation

1. **Types de stratégies**
  - Stratégies compétitives (gagnant-perdant).
  - Stratégies coopératives (gagnant-gagnant).
2. **Adapter sa stratégie au profil client**
  - Comprendre le style de négociation du client.
  - Personnalisation de la proposition en fonction des besoins spécifiques.
3. **Techniques de persuasion**
  - Utilisation des émotions.
  - Création de valeur mutuelle.

### Chapitre 3 : Les Techniques d'Argumentation

1. **Construire son argumentaire**
  - Mise en avant des avantages produits/services.
  - Techniques de storytelling pour captiver l'attention.
2. **Répondre aux objections**
  - Identifier les objections courantes.
  - Techniques de réponse : "Yes, but" et "Feel, Felt, Found".
3. **Conclusion et engagement du client**
  - Techniques pour conclure positivement.
  - Concrétisation des termes de l'accord.

## **Chapitre 4 : Gestion des Conflits et des Désaccords**

### **1. Sources des conflits dans la négociation**

- Comprendre les points de tension.
- Analyser les désaccords pour trouver des solutions.

### **2. Techniques de gestion des conflits**

- Méthode DESC (Décrire, Exprimer, Spécifier, Conclure).
- Gestion des émotions et maintien de la relation.

### **3. Revenir à la table des négociations**

- Quand et comment relancer une négociation après un échec.

## **Chapitre 5 : Évaluation et Amélioration des Performances en Négociation**

### **1. Auto-évaluation et feedback**

- Outils d'évaluation post-négociation.
- Apprendre de ses succès et échecs.

### **2. Techniques d'amélioration continue**

- Entraînement et simulations de négociations.
- Apprentissage de nouvelles techniques et tendances.

### **3. Suivi de la relation client**

- Fidélisation après la négociation.
- Développement de partenariats à long terme.

## Organisation de la formation

**Référente pédagogique : Joan Fontaine**

### **Moyens pédagogiques et techniques**

- Dispense de la formation en Blend Learning à distance.
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Accès à une partie en e-learning asynchrones (bases techniques)
- Étude de cas concrets en direct
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### **Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation**

- Émargement numérique.
- Questions écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

**Formacode : 34581**

À l'issue de la formation, le stagiaire se verra remettre une attestation de fin de formation

# Programme de formation **Intégrer l'intelligence artificielle conversationnelle dans le cycle de vente**

**Durées possibles :** 15h à 45h

**Prix :** 1726€ HT à 4726 € HT

**Profils des stagiaires :**

- Chargé de développement
- Assistant commercial
- Porteur de projet d'entreprise

**Prérequis :**

- Maîtrise des fondamentaux de la communication digitale
- Connaissance avérée des outils digitaux et logiciels
- Possession d'un ordinateur d'au moins 8 Go RAM

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les avantages et limites de l'IA pour un commercial
- Connaître le cadre réglementaire de l'IA
- Expliquer les étapes clés du cycle de vente
- Élaborer un plan d'intégration de l'IA dans une stratégie commerciale
- Appliquer les fondamentaux de la négociation commerciale
- Identifier et répondre efficacement aux objections
- Comprendre le fonctionnement et l'impact d'un prompt bien structuré
- Comparer différentes approches pour améliorer son efficacité commerciale

## Contenu de la formation

### **Module 1 : Comprendre l'IA et son impact sur les métiers commerciaux**

- Différences entre automatisation et intelligence artificielle
- Brève histoire de l'IA et ses évolutions récentes
- Les applications de l'IA dans la vente : prospection, relation client, fidélisation
- L'IA et les compétences commerciales : complémentarité et limites
- Perspectives d'évolution et chiffres clés sur l'IA dans le secteur commercial
- Cadre réglementaire : IA et conformité (France, Europe, international)

### **Module 2 : Maîtriser le cycle de vente et son interaction avec l'IA**

- Les étapes du cycle de vente : de la prospection à la fidélisation
- Quels outils d'IA pour optimiser chaque phase du cycle de vente • Automatiser certaines tâches sans perdre la relation humaine
- Fixer des KPIs pour mesurer l'impact de l'IA sur la performance commerciale

### **Module 3 : Techniques de prospection modernes avec l'IA**

- Techniques traditionnelles de prospection et leurs évolutions • Automatiser la recherche et la segmentation des prospects avec l'IA
- Rédiger des messages de prospection personnalisés grâce aux outils d'IA
- Optimisation de la veille commerciale avec l'IA
- Gérer et analyser les retours grâce aux outils IA

### **Module 4 : Maîtriser la négociation avec le soutien de l'IA**

- Les fondamentaux de la négociation commerciale
- Détecter les signaux d'achat et adapter son discours
- Lever les objections avec efficacité
- Simulations et analyse des échanges via IA
- Utiliser l'IA pour analyser les émotions et le ton d'un prospect

## Contenu de la formation

### **Module 5 : Contractualisation et clôture de la vente**

- Les étapes clés d'une contractualisation réussie
- Rédaction de propositions commerciales avec assistance IA
- Utiliser l'IA pour analyser et comparer des contrats
- Automatiser la gestion administrative et la signature électronique
- Stratégies de fidélisation post-vente avec le soutien des outils IA

### **Module 6 : Rédaction et optimisation des prompts pour un usage avancé**

- Qu'est-ce qu'un prompt dans l'utilisation de l'IA
- Les différentes étapes d'un prompt efficace
- Apprendre à rédiger des prompts précis et qualitatifs
- Corriger et affiner un prompt pour obtenir des réponses plus pertinentes
- Exploitation des IA dans la vente

### **Module 7 : Mesurer et optimiser la performance commerciale avec l'IA**

- Quels KPIs suivre pour mesurer l'impact de l'IA
- Analyse des performances avec les outils IA
- Comment ajuster sa stratégie commerciale

## Organisation de la formation

**Référente pédagogique : Joan Fontaine**

### Moyens pédagogiques et techniques

- Dispense de la formation sous format de visioconférence individuelle synchronisée et de contenu asynchrones (blend learning).
- Documents supports de formation présentés durant la visioconférence.
- Étude de cas concrets
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Émargement numérique
- Questions écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaire d'évaluation de la formation

### Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Certification liée à la formation
- Certification visée : RS6792 Intégrer l'intelligence artificielle conversationnelle dans le cycle de vente <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6792/>
- Certificateur : Online Sales Success

### Passage de la formation

Une fois la formation terminée, nous vous adresserons une proposition de passage devant un jury d'examen. Vous aurez alors :

1. Une analyse d'un travail ou d'une présentation d'un projet réalisé en amont de la session
2. Des études de cas sur l'usage de l'IA
3. Questionnaire asynchrone sur la réglementation concernant l'IA Le résultat de l'examen vous sera communiqué par le certificateur Online Sales Succes après la délibération du jury.

## Programme de formation **Développer l'activité commerciale par les réseaux sociaux**

**Durées possibles :** 15 à 25h

**Prix :** 1500€ HT à 2500€ HT

**Profils des stagiaires :**

- Porteurs de projets Indépendants
- Chef d'entreprises
- Chef de projet digital
- Chef de projet commercial Salarié du secteur commercial / digital

**Prérequis :**

- Maîtrise de la langue française
- Disposition d'un ordinateur
- Connexion internet stable

### Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre avatar client
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

## Contenu de la formation

### Module 1 : Introduction aux réseaux sociaux et à la stratégie digitale

- Comprendre l'importance des réseaux sociaux dans le paysage commercial actuel.
- Identifier les différents réseaux sociaux et leurs spécificités.
- Définir les objectifs commerciaux et leur traduction en stratégie sur les réseaux sociaux.
- Comprendre votre Canva
- Réaliser un Benchmark concurrentiel

*Contenu : Panorama des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube.  
Étude de cas : réussites et échecs de stratégies sur les réseaux sociaux. Définition des objectifs commerciaux et alignement avec la stratégie digitale.*

### Module 2 : Création et optimisation de comptes sur les réseaux sociaux

- Apprendre à créer un compte entreprise sur diverses plateformes.
- Optimiser les profils pour une visibilité maximale.

*Contenu : Création de comptes entreprise sur Canvabook, Instagram, LinkedIn, Twitter, et YouTube. Techniques d'optimisation de profil (SEO sur les réseaux sociaux, utilisation des mots-clés, création de bio attrayante)*

### Module 3 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

- Concevoir des contenus rédactionnels engageants.
- Créer des visuels et vidéos promotionnelles impactantes
- Méthode TOFU MOFU BOFU.
- Apprendre à utiliser Canva
- Apprendre à utiliser CapCut

*Contenu : Principes de rédaction pour les réseaux sociaux. Utilisation d'outils de création graphique (Canva, CapCut). Initiation à la production vidéo simple pour les réseaux sociaux*

## Contenu de la formation

### Module 4 : Stratégie de publication et engagement

- Définir un calendrier éditorial (rythme, format...)
- Engager la communauté et gérer les interactions.
- Méthode d'engagement (concours, stories, dm)

*Contenu : Planification des publications : outils et méthodes. Techniques d'engagement : comment susciter l'interaction, répondre aux commentaires. Gestion de crise sur les réseaux sociaux*

### Module 5 : Optimisation de la présence sur les réseaux sociaux

- Comprendre les mécanismes d'optimisation organique sur les réseaux sociaux pour maximiser la visibilité.
- Apprendre à analyser et utiliser les interactions et engagements pour améliorer la portée organique.
- Développer des stratégies pour renforcer la notoriété et l'image de marque sans se reposer uniquement sur la publicité payante.

*Contenu : Stratégies d'optimisation organique pour améliorer la visibilité et l'engagement sur les principales plateformes. Utilisation des fonctionnalités natives des plateformes (comme les stories Instagram, les tweets épinglés, les articles LinkedIn) pour renforcer la présence en ligne. Techniques pour encourager le partage et l'interaction, telles que la création de hashtags uniques, l'organisation de questions/réponses et la participation à des conversations pertinentes. Analyse des tendances des réseaux sociaux pour adapter les contenus et les stratégies de publication en temps réel. Conseils pour la création de communautés engagées autour de la marque.*

### Module 6 : Contenu percutant pour les réseaux sociaux

- Utiliser les indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'efficacité des actions sur les réseaux sociaux.
- Adapter la stratégie en fonction des analyses

*Contenu : Introduction aux outils d'analyse et de suivi (Google Analytics, insights des plateformes). Interprétation des données et prise de décision stratégique. Étude de cas et mise en pratique : analyse d'une campagne existante*

## Organisation de la formation

**Référente pédagogique : Joan Fontaine**

### Moyens pédagogiques et techniques

L'apprenant(e) aura accès à des cours asynchrones servant de base pour les séances en visioconférence. Sur la base de ces séances, il ou elle sera amené(e) à réaliser des exercices de mise en situation en corrélation avec son projet professionnel. Ces exercices serviront également de base de notation pour l'appréciation des acquis de compétences.

### Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Évaluation de fin de formation
- Exercice de mise en situation
- Attestation de fin de formation

### Dispositif de suivi de l'exécution de d'évaluation des résultats de la formation

- Certification visée : certification RS6372
- Certificateur : Online Sales Success

### Passage de la formation

Une fois la formation terminée, nous vous adresserons une proposition de passage devant un jury d'examen.

- Le candidat devra présenter des connaissances en numérique.
- Afin de vérifier son niveau de connaissance un test sera réalisé lors de son inscription.
- Sa candidature sera validée dès obtention de 500 points au test de connaissances.