



FORMATION **Sales Development Representative (SDR)**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre le rôle stratégique du SDR dans le cycle de vente B2B
- Maîtriser les techniques de prospection et de qualification de leads
- Utiliser les outils de prospection digitale et d'automatisation
- Développer un pitch commercial percutant et savoir gérer les objections

DURÉE DE LA FORMATION

2 jours (14 heures)

PUBLIC VISÉ

Professionnels du développement commercial et de la vente B2B

PRÉ-REQUIS

Aucun

DÉLAIS D'ACCÈS

Admissibilité sur dossier et échange avec l'équipe Experience : réponse sous 48 heures

TARIF

- Formation inter-entreprise : 1 680 euros HT par personne
- Formation intra / sur mesure : sur devis



PROGRAMME DÉTAILLÉ

- Rôle et missions du SDR
 - Comprendre le positionnement du SDR dans une équipe Sales
 - Différence entre SDR, BDR et Account Executive
 - Collaboration avec le marketing et la direction commerciale
- Définition des cibles et ICP
 - Élaboration de personas
 - Méthodes de sourcing de leads qualifiés
 - Utilisation d'outils comme LinkedIn Sales Navigator, Kaspr, Dropcontact...
- Prospection multicanale
 - Cold emailing, appels à froid, social selling
 - Création de séquences personnalisées
 - Bonnes pratiques et règles de délivrabilité
- Outils d'automatisation et CRM
 - Prise en main d'outils comme Lemlist, HubSpot, LaGrowthMachine
 - Suivi des leads dans un CRM
 - Gestion du pipeline et des tâches quotidiennes
- Prise de contact et pitch
 - Méthodologie AIDA, BANT, SPIN
 - Scripts d'accroche, storytelling, traitement des objections
 - Passer le relais à l'Account Executive
- Suivi des performances
 - KPI d'un SDR : volume, taux de conversion, rendez-vous qualifiés
 - Analyse des campagnes, feedback et itérations
 - Amélioration continue et coaching individuel
- Mise en situation
 - Simulation d'un processus de prospection complet
 - Création d'une séquence et gestion d'un cycle court
 - Restitution orale et feedback collectif



DÉBOUCHÉS, PASSERELLES ET SUITES DE PARCOURS

À l'issue de la formation, les apprenants pourront mettre en place une stratégie de prospection structurée, utiliser efficacement les outils de Sales Automation, qualifier des leads avec rigueur et alimenter durablement le pipeline commercial.

MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES ET ENCADREMENT

- Animation des formations par des professionnels du digital activité
- Méthodes pédagogiques variées et dynamiques (études de cas, ateliers et travaux)
- Encadrement individuel par l'équipe Experience

MOYENS POUR SUIVRE LA FORMATION

- Suite d'outils technologiques performants : Google Workspace for Education, Edusign...
- Cas pratiques sur des situations réelles d'entreprises

MOYENS D'ÉVALUATIONS

- Évaluation des acquis en fin de formation via un quizz ou un rendu de projet

RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCES

- Taux de satisfaction en fin de formation : NA
- Taux de progression individuelle : NA

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité des personnes en situation de handicap, RQTH, ou difficultés particulières, nous contacter pour organiser un entretien et vous proposer un programme adapté à vos besoins : handicap@crews-education.com

Accessibilité des publics internationaux, nous contacter : international@crews-education.com

CONTACTS

- Par téléphone : +33(0)4 80 81 94 50
- Par WhatsApp : +33(0)7 56 10 93 20
- Par email : contact@crews-education.com