

Objectifs pédagogiques : cette formation permet aux participants de transformer un contrôle de référence - souvent perçu comme une simple formalité - en un véritable levier de prospection et de placement actif. Elle contribue à développer une posture commerciale proactive tout en sécurisant la pratique du contrôle de référence.

Chargé(e)s de recrutement

Préparer une approche client ciblée

Conduire un contrôle de référence structuré comme levier de prospection

Argumenter l'offre

Prérequis : aucun

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur www.managir.com

1. Préparer une approche client ciblée

Analyser les CV et parcours pour détecter les signaux d'opportunité commerciale
Identifier les prospects potentiels et les besoins du secteur (marché, métiers en tension, entreprises cibles)

Recueillir les informations pertinentes auprès des candidats (expériences, atouts, références...)

Construire une synthèse de présentation du candidat valorisant les compétences et les comportements observés lors des échanges
Définir les objectifs de prospection et la stratégie d'approche (priorisation, segmentation)

Modalités pédagogiques : étude de CV, atelier de construction de fiches-synthèses de profils de candidats, travail en sous-groupes sur l'identification des entreprises cibles et de leurs besoins

2. Conduire un contrôle de référence structuré comme levier de prospection

Respecter le cadre réglementaire du CR (consentement, RGPD, déontologie)
Déterminer les objectifs de l'appel : vérification, collecte d'informations, détection d'opportunités
Construire une trame d'entretien : séquences d'appel, types d'interlocuteurs, formulation des questions clés

Préparer les éléments de rebond commercial à partir des informations collectées

Adopter une communication adaptée : écoute active, reformulation, gestion des silences et objections

Adapter le discours à l'interlocuteur (manager, RH, ancien collègue)

Modalités pédagogiques : élaboration collective d'une trame d'appel sortant, exercices sur l'écoute et la reformulation

3. Argumenter l'offre

Détecter les besoins implicites ou explicites du prospect pendant l'échange

Utiliser un registre de questions ouvertes pour faire émerger les attentes

Mettre en avant les atouts du candidat et les bénéfices de l'offre de service

Proposer plusieurs issues possibles : rendez-vous commercial, envoi de profils, suivi ciblé

Conclure l'appel en convenant des prochaines étapes

Assurer la traçabilité des informations recueillies pour alimenter le suivi commercial

Modalités pédagogiques : jeux de rôle d'appels sortants avec argumentation et conclusion, feedback individualisé, atelier de rédaction des suites commerciales (compte rendu, mail de relance)

Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session.
Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à ± 8 jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à ± 1 mois, mesure de satisfaction et d'impact à ± 3 mois. Possibilité de questionnaire complémentaire par mail pendant 30 jours

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS
01 45 23 22 22 ou ggury@managir.com

Ref : 312-024
Version 260925