

Grille de structuration de l'action de prospection

 Étape	 Points à décrire	 Exemple concret
 Introduction	Présenter la structure et le diagnostic socio-économique du territoire	Structure : association d'insertion. Diagnostic : secteur logistique en tension, besoin de caristes
 Employeurs cibles	Caractéristiques des entreprises ciblées (taille, secteur, besoins)	PME logistique, entreprises de transport, besoin de main-d'œuvre qualifiée
 Stratégie	Objectifs de la prospection, choix des employeurs, approche	Objectif : créer 10 contacts employeurs. Stratégie : cibler entreprises en zone industrielle
 Outils utilisés	Moyens de prospection (mail, téléphone, visites, salons)	Campagne d'appels, envoi de plaquettes, participation à un forum emploi
 Planification	Calendrier et étapes de l'action	Semaine 1 : diagnostic ; Semaine 2 : prospection téléphonique ; Semaine 3 : visites entreprises
 Évaluation	Résultats obtenus, points forts, difficultés	8 employeurs rencontrés, 3 offres recueillies, difficulté : disponibilité des responsables RH
 Développement durable et inclusion	Prise en compte des principes dans la prospection	Valoriser les profils issus de la diversité, proposer des solutions de mobilité durable (covoiturage, transport en commun)
 Analyse pratique	Réflexion du candidat sur sa pratique	Points forts : organisation et persévérance ; Points à améliorer : suivi plus régulier des employeurs



◆ Mode d'emploi

- **Commencer par l'introduction** : décrire la structure et le diagnostic socio-économique du territoire.
- **Présenter les employeurs cibles** : expliquer pourquoi ils ont été choisis et leurs caractéristiques.
- **Décrire la stratégie et les outils** : préciser les moyens utilisés (prospection téléphonique, visites, forums).
- **Planifier l'action** : montrer un calendrier clair avec les étapes.
- **Évaluer les résultats** : synthétiser les points forts et les difficultés rencontrées.
- **Intégrer le développement durable et l'inclusion** : montrer comment ces principes sont appliqués dans la prospection.
- **Analyser sa pratique** : prendre du recul, identifier les réussites et les axes d'amélioration.



Idée clé :

Déployer une action de prospection, c'est construire une démarche structurée et planifiée qui relie les besoins des employeurs aux profils des publics accompagnés, tout en intégrant les valeurs de développement durable et d'inclusion.