



PROGRAMMES de FORMATION CATALOGUE

VINCENT CAREIL

**Consultant – Formateur – Conférencier – Auteur
En développement commercial de la vente directe
Éthique & Naturelle**



Sommaire

1. PRESENTATION DU CONSULTANT/FORMATEUR	3
2. LES SERVICES PROPOSES PAR VINCENT CAREIL	4
3. DES FORMATIONS POUR LES VENDEURS	5
▪ Objectif	5
▪ Publics concernés	6
▪ Références des programmes	7
4. UN SEMINAIRE OU VISIOCONFERENCE POUR LES DIRIGEANTS COMMERCIAUX	8
▪ Objectif	8
▪ Publics concernés	8
▪ Références des programmes	8
5. DES SEMINAIRES OU VISIOCONFERENCES POUR GRANDIR ENSEMBLE	9
▪ Objectif	9
▪ Publics concernés	10
▪ Références des programmes	10
6. CV DU CONSULTANT/FORMATEUR	11



1. Présentation du consultant/formateur



Consultant, Formateur, Conférencier et Auteur, Vincent Careil est un breton qui a plus de 35 ans d'expérience dans le développement commercial et plus précisément dans la vente directe.

Marié depuis 23 ans, père de 3 enfants talentueux, quand ses fonctions ne l'amènent pas d'un bout à l'autre de la France, voire de l'Europe ou en Afrique francophone, il vit en Bretagne, à PLEUGUENEUC, entre Rennes et St Malo.

Après des études agricoles et commerciales, **Vincent Careil fait toute sa carrière dans les services commerciaux des entreprises**, principalement dans la vente directe. Au travers de différents postes et d'études complémentaires orientées vente et marketing, **il a monté tous les échelons de la profession** comme salarié et indépendant.

Du **VRP** dans l'amélioration de l'habitat à la **direction d'une société** dans la décoration de finition, du **VDI** en cosmétiques et compléments alimentaires à des missions de cadre de transition comme **directeur commerciale** de sociétés de vente directe par réseau, il a su lier ses **talents de vendeur**, de **communicant**, d'**organisateur**, d'**animateur**, de **constructeur de réseaux** et **surtout de formateur**.

En 2019, un éditeur (PACA édition) lui demande de mettre par écrit son savoir-faire et savoir-être concernant la vente directe. **Ce sera son premier livre « Vendre, Vendre, Vendre »**. Deux autres sont en cours de publication et d'écriture.

Les forces de Vincent Careil : Écouter, adapter, créer et élaborer, prévoir et programmer, expérimenter, analyser et comprendre afin de synthétiser, d'améliorer et de transmettre au plus grand nombre.



L'avantage avec Vincent Careil, c'est qu'il **a fait et fait encore l'expérience de tout ce qu'il propose et enseigne**. Il connaît les difficultés du vendeur fatigué de se « prendre des portes ». Il sait ce que c'est que de construire des équipes commerciales d'indépendants et d'en subir le renouvellement permanent.

Ce n'est pas qu'un théoricien regardant de haut les masses de vendeurs à domicile en acceptant le Turn Over comme un mal impossible à éviter. **C'est un homme d'actions et de résultats** qui a reçu le don de **savoir expliquer et transmettre** comment et pourquoi ça fonctionne (ou pas...).



Un point essentiel : dans ses premières années comme commercial, Vincent Careil a appris et pratiqué les méthodes et techniques de la vente forcée, de la vente aux plus faibles, et des annulations qui, dans ce cas, ne manquent pas. Dans ses formations, **Vincent Careil fait la preuve que l'on peut pratiquer une vente éthique, une vente gagnant/gagnant, une vente qui est finalement un achat souhaité par le client car le vendeur a su lui apporter exactement ce dont il a besoin.**



2. Les services proposés par Vincent Careil

Vincent Careil n'intervient pas uniquement comme formateur. Il propose au total quatre types de missions :

1. Le **consulting**
2. La **formation**
3. Les **séminaires & conférences**
4. Les missions « **cadre de transition** »

Les 3 premières missions peuvent être animées en présentiel ou en distanciel (Téléphone ou visioconférence). Évidemment, les missions de « cadre de transition » obligent la présence physique de Vincent Careil dans les locaux de l'entreprise et sur le terrain avec les forces commerciales.

1. Le consulting

Vincent Careil intervient depuis plus de 10 ans auprès de dirigeants de TPE, Startup et PME qui souhaitent avoir un regard externe, une analyse et des solutions pour le développement commercial de leur entreprise.

2. La formation

Vincent Careil crée et anime des formations depuis les années 2000. Ce sont très souvent des formations sur mesure ou adaptées au métier des groupes auprès desquels il intervient.

Les formations décrites dans les pages suivantes sont toutes adaptables.

3. Les séminaires & conférences

Les séminaires & conférences présentiels animés par Vincent Careil sont des périodes où les participants se mettent à part afin de réfléchir sur leur évolution personnelle dans le cadre professionnel, prendre des décisions et partir avec des outils pour les mettre en place.

Les séminaires & conférences en visioconférence ont les mêmes thèmes mais privilégient l'aspect pratique. Les « live » sont animés à des heures faciles d'accès pour les participants (souvent tôt le matin). Ces visioconférences sont ensuite disponibles en Replay.

4. Les missions « cadre de transition »



Par suite d'une mission de consulting, des entreprises demandent à Vincent Careil d'intervenir directement dans l'entreprise comme cadre de transition. Il s'agit d'assurer le poste de directeur commercial ou de responsable de la formation pendant une période donnée, en attente du recrutement d'un cadre, pour un surcroît d'activité ou pour le lancement d'un projet.

À noter que ces missions de cadre de transition laissent toujours la possibilité à Vincent Careil de continuer ses autres missions (Consulting, Formations, Séminaires et conférences).

3. Des formations pour les vendeurs

▪ Objectif

Le but de toute force commerciale est d'obtenir plus de résultats.

Plus de résultats entraînent plus de revenus pour l'entreprise et ses commerciaux.

Plus de bons résultats et une bonne relation entre l'entreprise et ses clients entraînent plus de satisfaction et de reconnaissance.

Ceci actionne une pérennisation de la relation commerciale, des recommandations et l'ouverture de nouveaux marchés.



Pour obtenir une vente (nous préférons dire « provoquer un achat »), **soit on abonde en arguments** pour convaincre le client d'acheter notre produit ou service, en prenant le risque de le noyer sous une avalanche de « *notre produit est le meilleur du marché* » (ce qui, par ailleurs, est certainement vrai), **soit on travaille** sur le moyen et long terme **en commençant par bien connaître nos clients et leurs besoins**. Ainsi on multiplie les possibilités de renouvellement de commandes, on pérennise une clientèle et on actionne les leviers de la recommandation.

L'objectif de ces formations est de donner toutes les clés afin de réaliser des ventes régulièrement et de manière naturelle et éthique.

Passer d'un client à un partenaire : Une question de vision

Dans beaucoup d'entreprises, **le client est une source de richesses et d'ennuis ...**

En effet le client est **indispensable pour générer le chiffre d'affaires** nécessaire à la vie de l'entreprise et de ses salariés. Et c'est aussi par lui, volontairement ou pas, que viennent beaucoup de problèmes (SAV, baisse du CA, défauts de paiement, etc.)

D'autre part, **la prospection est toujours un moment lourd et difficile** pour le service commercial. (Le sujet de la prospection est traité dans : **2- Prospecter et s'organiser en vente directe**)

Le **maintien des commandes** et la **fidélité de la clientèle** est de plus en plus **un sujet d'appréhension**, la concurrence est rude, prendre des parts de marché est une chose, les garder en est une autre.

Si on regarde en détail **les raisons qui amène un prospect à devenir client** puis à rester fidèle (a fortiori à devenir prescripteur), il y a la **qualité du produit** bien entendu, mais il y a aussi (souvent c'est la première raison), **la relation personnelle du client avec l'entreprise** et donc avec les services en relation directe avec le client.



Suivant sa personnalité et ses besoins, un prospect sera plus facilement enclin à devenir client et à le rester si l'ensemble des acteurs commerciaux le considère comme un partenaire et non uniquement comme une source de revenu potentiel.

Créer une **excellente relation** avec un partenaire client permettra de **faire des ventes en douceur**, provoquera des **renouvellements de commande** par la confiance (dans le cadre de promotions par exemple), **fidélisera le client** jusqu'à en faire un véritable partenaire du développement de l'entreprise sur son marché local.

Passer d'un client à un partenaire : Une question de techniques



Vincent Careil est un **homme de terrain** et toutes les **méthodes** apportées et enseignées dans ses formations ont été **pratiquées, vérifiées** en clientèle et **dupliquées avec des forces commerciales** salariés ou indépendantes.

Si la personnalité des acteurs du service commercial est le socle de la réussite (leur dynamisme, leur professionnalisme, leur persévérance), des techniques simples à appliquer, ludiques et faciles à retenir permettront d'**augmenter le potentiel de chacun**.

À travers ces formations, les services en relation avec les clients vont acquérir ces techniques en commençant par **comprendre qui ils sont** et comment ils réagissent naturellement vis-à-vis des personnes qu'ils rencontrent.

▪ **Publics concernés**

Qui, dans l'entreprise, est en relation directe avec les clients ?

Ces formations s'adressent à chaque acteur de la commercialisation directe donc le service commercial dans son ensemble :

- Les responsables commerciaux (si possible du chef de vente au directeur commercial)
- **Les commerciaux terrain** (ceux qui visitent les clients)
- **Les commerciaux sédentaires** (vente en magasin ou en showroom)
- **Le service de prospection téléphonique ou de vente par téléphone**
- **Les secrétaires commerciales** et l'accueil de l'entreprise (téléphonique et/ou physique)
- Pour une moindre importance, mais ils peuvent aussi être concernés, les autres services en relation directe avec le client (suivant les entreprises : technique, R&D, livraison, SAV, comptable et financiers, etc.)



▪ Références des programmes

Le détail de chaque formation se trouve dans les fichiers joints à ce document.

1-Développer ses compétences commerciales en vente directe

- 1.0-Programme-formation-Vente-directe-Parcours-10jours
- 1.1-Programme-formation-Prise de contact-Vente-directe.pdf
- 1.2-Programme-formation-Découverte-des-besoins-Vente-directe
- 1.3-Programme-formation-Argumentaire-démonstration-Vente-directe
- 1.4-Programme-formation-Closing-Réponse-objections-Vente-directe



- 1.5-Programme-formation-Distribution-de-produits-de-forme-et-bien-être-Développer-les-bonnes-pratiques-de-ventes.pdf

2-Prospection & organisation en vente directe et BtoB

- 2.1-Programme-formation-Prospection-Vente-directe.pdf
- 2.2-Programme-formation-Organisation-commerciale-Vente-directe.pdf



4. Un séminaire ou visioconférence pour les dirigeants commerciaux

▪ Objectif

On entend souvent des chefs d'entreprise ou des dirigeants commerciaux **se plaindre du peu de résultat de leurs équipes de vendeurs.**



S'il est certain que les commerciaux sont **le point de passage essentiel du chiffre d'affaires**, leurs résultats ne sont **pas uniquement liés à leurs compétences** ou à leurs talents. Et vous aurez beau leur apporter les outils et aides à la vente, la voiture de fonction et des conditions de travail confortables, ce n'est pas ce qui garantira leurs résultats.

Dans ce séminaire ou cette série de visioconférences, nous ne parlons pas des outils de soutien marketing que sont la publicité, la communication ou le positionnement de notre produit ou service sur notre marché.

Dans ce séminaire ou cette série de visioconférences, nous abordons le sujet de **la responsabilité personnelle des dirigeants** sur les résultats de leur équipe commercial.

- ✓ Quelle **relation** avec-vous avec vos commerciaux ?
- ✓ Comment les **formez**-vous ?
- ✓ Comment **managez**-vous vos vendeurs ?
- ✓ Comment **suivez**-vous leur évolution personnelle ?
- ✓ Que leur **apportez**-vous pour qu'ils aient **envie de rester et se battre** afin de gagner des nouveaux clients pour l'entreprise ?

Une idée fausse est de penser que les commerciaux sont là uniquement pour gagner de l'argent. Leur revenu fait certainement partie des priorités, mais nous vous montrerons dans ce séminaire que, suivant leur personnalité, **ils ne viennent, restent et grandissent avec vous pour d'autres raisons**, beaucoup plus humaines finalement.

Éviter le Turn Over, devenir même une entreprise « **aspirateur à commerciaux** », animer des équipes commerciales **qui collent à votre entreprise et ont la même vision que vous.** C'est le but de ce séminaire et de cette série de visioconférences.

▪ Publics concernés

Tous les dirigeants commerciaux, chefs d'entreprise, directeurs commerciaux, chefs des ventes, etc.

▪ Références des programmes

Les descriptifs détaillés se trouvent dans les fichiers joints à ce document.

3-1-Programme-séminaire-Manager-par-l'exemple

3-2-Programme-Visioconférence-Manager-par-l'exemple.pdf

5. Des séminaires ou visioconférences pour grandir ensemble

▪ Objectif

Ces séminaires et visioconférences sont ouverts à toutes les personnes souhaitant prendre un virage dans leur vie afin de les propulser vers leur réussite personnelle. Une réussite personnelle basée sur le bien-être et la sagesse, pas uniquement sur les gains d'argent.

Séminaire Grandir Ensemble :



Ce séminaire est principalement pour **les personnes qui voient les autres réussir en aidant leurs équipes à réussir**. Mais eux ne savent pas quoi faire, ou par quel bout commencer, pour que ce soit à leur tour de réussir et de faire réussir leur équipe.

Organisé pour **un groupe restreint**, ce séminaire **commence un début d'après-midi** (à 14h) et **se termine après le repas** du midi le 3^{ème} jour.

Les participants **vivent ensemble dans un lieu situé** (si possible) **en pleine nature** et capable de recevoir

ces participants **4 jours et 3 nuits** (par exemple du mardi après-midi au vendredi midi).

Pour que cela fonctionne il faut un maximum de 20 et un minimum de 10 participants dont **la plupart ne se connaissent pas** ou peu.

Ce séminaire ne se passe pas dans un hôtel mais plutôt **dans un grand gîte** ou un ensemble de gîtes **avec une cuisine et salle commune** (possible aussi dans un camping en dur avec structures adaptées).

Le séminaire est **une suite d'ateliers**, d'**entretiens individuel** et de **partage de repas**, de **temps libre** et **vie en commun**. Sa particularité vient aussi du fait que **les participants sont aussi ceux qui font la cuisine, mettent la table et font le service**.

S'ils « jouent le jeu » et participent sincèrement aux ateliers, en fin de séminaire, les participants auront la capacité de :

- ✓ **Mieux se connaître** personnellement, **s'accepter** tel qu'ils sont
- ✓ **Reconnaître leurs vis-à-vis sans jugement**, avec bienveillance
- ✓ **Gérer leur temps**
- ✓ Connaître le chemin qui mène à avoir **plus de charisme**, exister au milieu d'un groupe
- ✓ **Appréhender l'animation d'une petite équipe** de partenaires ou collaborateurs
- ✓ Gérer plus facilement les situations de **crise**, **les conflits**



Séminaire et visioconférences : Le Secret de Napoléon Hill



Ce séminaire ou cette série de visioconférences, qui sont ouvert à **toutes les personnes qui veulent réussir**, utilise le bestseller de Napoléon Hill : « *Réfléchissez et devenez riche* ». **Napoléon Hill**, au début du XXème siècle, à la demande de Andrew Carnegie, **a étudié** pendant presque 30 ans 25 000 personnes ayant « raté » leur vie et **500 des plus grosses fortunes de l'époque** (dont Edison et Ford), il en a tiré des règles pour réussir.

Son livre, réédité plus de 40 fois et vendu à des millions d'exemplaires, traite de **l'attitude qu'ont eu les grands leaders américains pour atteindre les sommets** : Foi, Imagination, Spécialisation, Élaboration de plans, Prise de décision, Persévérance...

Napoléon Hill va plus loin encore en traitant de **sujets plus sensibles** : le Désir, l'Autosuggestion, Le pouvoir du « Cerveau Collectif », Le mystère de la Transmutation sexuelle, le Sixième sens.

Juste avant de développer son premier item : « Les pensées sont des faits », l'auteur nous annonce que **son livre contient Le secret pour devenir riche**. Il précise que ce secret est caché dans beaucoup de pages du livre et que **c'est au lecteur de le découvrir**.

Ce séminaire ou cette série de visioconférences utilisent ce livre comme base de formation afin d'enseigner le secret caché de Napoléon Hill (sans jamais le dévoilé clairement) et **y associe des méthodes pour parvenir à la réussite personnelle**.

Ce sont **3 jours intenses ou 17 visioconférences, d'écoute de passages du livre, d'explications, de compilation des savoirs et de transmissions de compétences**.

Du « Savoir-être » et du « Savoir-faire » qui, mis en application, accompagneront grandement les stagiaires dans la construction de leur réussite.



▪ **Publics concernés**

Toutes les personnes qui veulent réussir autrement leur vie. En particulier les indépendants ou celles et ceux qui souhaitent devenir indépendants.

▪ **Références des programmes**

Les descriptifs détaillés se trouvent dans les fichiers joints à ce document.

4-1-Programme-Séminaire-grandir-ensemble.pdf

4-2-Programme-Séminaire-Le-Secret-de-Napoléon-Hill.pdf

4-3-Programme-Visioconférences-Le-Secret-de-Napoléon-Hill.pdf

6. CV du consultant/formateur

Vincent CAREIL

PLEUGUENEUC – France

+33 6 30 53 69 65

www.vincentcareil.com

vincentcareil@gmail.com



Consultant – Formateur

Auteur - Conférencier

Développement commercial

vente directe éthique et naturelle

Là où j'ai appris et acquis

Du VRP à la direction commerciale

J'ai plus de 25 ans d'expérience dans le commerce et la vente directe. J'ai commencé comme simple VRP rémunéré à la commission, puis j'ai gravi rapidement les échelons pour devenir directeur commercial et chef d'entreprise.

Du VDI au leader indépendant

J'ai découvert la vente directe en réseau en 1985. J'ai signé comme VDI en 2003 et à partir de 2004 j'ai eu une croissance exponentielle dans ce secteur d'activité. J'ai quitté le réseau au sommet en 2010 pour me consacrer à la transmission des savoir être et faire.

Du stagiaire au formateur senior

Après un brevet agricole (1978), j'ai suivi plusieurs fois des formations toutes sanctionnées par des diplômes (BAC pro vente et BTS marketing et gestion).

Entre 2000 et 2010 j'ai donné de nombreuses fois des formations et depuis 2010 j'y consacre le plus clair de mon temps professionnel avec le consulting personnalisé.

L'humain toujours en premier

Depuis toujours, une seule chose me porte : l'humain et son développement vers plus de sérénité et de paix.

Je suis très actif dans deux associations d'aide humanitaire et malgré un agenda chargé, je garde toujours un temps précieux pour mon épouse, mes 3 enfants et les personnes isolées. Mon adage : « La solution est en toi, pas dans la société ».

Les résultats obtenus

- **OLÉO®** Lyon. Vente directe de purificateurs d'eau écologiques. Près du dépôt de bilan à mon arrivée, grâce à mes méthodes et actions, plus de 800 partenaires France et Antilles en fin de mission générant 2,9 millions d'euros annuel.
- **AMAZONIE®** Brest. Vente multi canaux de décorations d'intérieur. Commercial puis rachat de la société – développement en France auprès de la GMS, BtoB, établissements CHR et médicaux plus boutique.
- **ACN Inc.** Société américaine. Vente directe de téléphonie et services. Création totale d'un groupe de 3500 indépendants (statut VDI) en France, plus 2500 autres indépendants en Suisse et dans le reste de l'Europe. CA annuel généré : 5 millions d'euros en fin de mission.
- **SAS Les Embruns d'Armor**, St Malo. Vente directe de cosmétiques naturelles de luxe. Création de la base du réseau de VDI, Conseillères et Encadrantes.
- **VEFA Immobilier**, Nice. Supervision du marketing et création du réseau de conseillers indépendants en immobilier neuf. Vente d'appartements et villas pour les promoteurs locaux, régionaux et nationaux.
- **ITM RH**, Burkina Faso. Conférencier, formateur et consultant pour le développement commercial de plusieurs Start Up burkinabè mandaté par une société RH locale.
- **Auteur du livre VENDRE** chez PACA éditions

