

ACTION VENTE ÉCOLE DE VENTE

Patrick Sanchez évolue dans les métiers de la vente depuis 40 ans. Tour à tour démonstrateur, vendeur, chef des ventes, directeur commercial puis dirigeant d'une société internationale. Il dirige et manage les vendeurs de 12 pays en Europe, crée et anime une société aux USA. Son expérience des métiers de la vente est exceptionnelle. Il est reconnu comme un des grands spécialistes de la profession. Depuis 15 ans il partage son temps entre la vente où il intervient sur les grandes manifestations internationales pour le coaching et la formation des forces de vente. Grandes enseignes européennes, PME et entreprises artisanales lui confient le coaching et la formation de leurs commerciaux de tous niveaux, du débutant au vendeur chevronné.

Très rares sont les vendeurs de haut niveau qui transmettent leur savoir et partagent leur expérience, Patrick Sanchez est de ceux-là, il le fait avec passion. Du vécu, du réel des techniques de terrains, des exemples concrets, des scénarios expliqués et mimés. Patrick Sanchez propose des exercices en groupe, ateliers enrichissants en prise directe avec la vraie problématique d'un entretien de vente. Il crée des books d'aide à la vente (le StepWay®) un guide idéal pour un entretien de vente dirigé.

Patrick Sanchez dans ses séminaires aime mixer les niveaux des vendeurs, car il sait par expérience la richesse que cela représente.

VENDRE LES PISCINES /
VENDRE LES ABRIS /
VENDRE LES SPAS /

Stages créés et animés par Patrick SANCHEZ.

Introduction sur la nécessité de se former à la vente et d'entretenir sa motivation.

Extraits de « Les secrets révélés des As de la vente » Patrick SANCHEZ.

« - Plus que toutes les disciplines liées aux sciences humaines le métier de vendeur demande une solide formation initiale et ensuite des rappels réguliers pour éviter de tomber dans une routine destructrice. La confiance est le maître mot de ce métier ; Confiance qu'il faut insuffler à son prospect pour le transformer en Client mais aussi et je dirais surtout, confiance en soi en son produit en son marchécar il est impossible de transmettre cette confiance si elle n'est pas ancrée totalement et solidement en soi !

Le terreau de la confiance est le SAVOIR !

Tout savoir de son produit, de ses applications , tout savoir de son prospect, de points forts de ses fragilités de ses attentes de ses peurs, tout savoir de ses concurrents de leurs points forts de leurs points faibles et aussi et je dirai surtout tout SAVOIR de soi De ses points forts pour les sublimerEt de ses points faibles pour les corriger. »

Patrick SANCHEZ

MODULES :

1 - MODULE DE COACHING ½ journée

Quelques heures pour se rappeler les fondamentaux et faire le plein d'énergie. Retrouver la confiance en son produit et en SOI !

Préparations aux événements : portes ouvertes / foires / etc.

2 - MODULE DE FORMATION 1 jour

Vendeurs confirmés. Thèmes choisis suivants besoins.

3- MODULE DE FORMATION 2 jours

Programme complet d'étude d'un plan de vente aux produits choisis.

4 - MODULE DE FORMATION 4 jours

Une semaine dédiée aux débutants. Etudes détaillées de tous les thèmes du programme. Ateliers / Mise en situations avec le maître de stage / création d'un stepway-type.

LES OBJECTIFS :

**STRUCTURER SON PLAN DE VENTE -
DEFENDRE SON PRIX -
IMPOSER SA COMPETENCE –
APPRENDRE A NEGOCIER DONNANT/DO NNANT**

LES THEMES ETUDIÉS :

1 - Introduction au métier de vendeur

- Les paliers du métier
- Les constantes historiques
- Les mutations nécessaires et inévitables du moment.

2 – Les Mécanismes d'achats

- Les types de prospects
- Les motivations et les freins
- Les réflexes conditionnés

3 – Marketing / Communication.

- Les chiffres : Marché de la piscine / évolution /

- Visuels / accroches publicitaires / promotions.
- Recherches et qualifications de prospects
- Agencements et ergonomie des magasins et show room.

4 - Un plan de vente structuré et dirigé.

- La Méthode : la règle des 4 C
- Les Outils : le StepWay© et les échantillons.
- Le plan de vente
Contact / Connaître / Convaincre / Conclure

5 – La vente en show room.

- Techniques de vente spécifiques en magasin.

6 – La vente en rendez-vous.

- Techniques de vente spécifiques en RDV à domicile.

7– La vente sur foires et salons

- Ergonomie et Aménagements de stands.
- Techniques de ventes adaptées à ces événements. (filtrage / passage de mains,

etc...).

ATELIERS : LES EXERCICES INTERACTIFS les stagiaires sont divisés en groupes de travail.

A- LES QUESTIONS

L'exercice consiste à lister au moins une vingtaine de questions destinées à la phase DECOUVERTE du plan de vente.

B- LES OBJECTIONS

Les groupes étudient les objections « produits » et leurs réponses.
Les résultats sont collectés pour en tirer un BEST !
L'Objection PRIX est traitée à part suivant le même principe

C- LES MOTS

Un exercice original : il s'agit de lister une vingtaine de mots usuels de la démonstration, puis de les classer en trois catégories (Soleils, Accidents, bombes).
Comprendre la polarité des mots et acquérir une discipline dans leur utilisation.

D- LA PRISE DE RENDEZ-VOUS

il s'agit d'écrire un entretien de prise de RDV idéalles résultats sont analysés et on en extrait un BEST. Qui servira de fiche « CONTACT » à l'entreprise.

E- LA DEMONSTRATION

L'exercice consiste à lister les arguments d'un produit et de différencier ses caractéristiques des avantages et bénéfices qu'il offre au prospect. Technique du CAB.
Trop souvent les vendeurs pensent qu'en énonçant une caractéristique d'un produit on peut convaincrecet exercice mettra en évidence que c'est un avantage où un bénéfice qui convainc.

G – FILTRAGE/ QUALIFIER LE PROSPECT

Le premier contact, les premiers mots, accueil et questionnement !
L'exercice consiste à comprendre l'importance du filtrage et de la qualification des prospects qu'il soit au téléphone, en magasin, ou en foire.
Lister les questions, , observer, déduire,choisir la suite à donner et le temps à accorder à chaque prospect.

H – LES CONCLUSIONS

L'exercice attendu entre tous ! La conclusion reste pour beaucoup de vendeurs un instant de stress difficile à contrôler.
Le maître de stage met chaque vendeur en situation de conclure.....
Sous forme de sketches il propose plusieurs types de conclusions différentes.

POUR CONSULTER CONDITIONS ET CALENDRIER

Action Vente 28 rue du donjon 58000 NEVERS

actionvente@wanadoo.fr

Tél Patrick Sanchez 06 80 26 22 76

L'agence Action Vente est conventionnée ce qui permet d'utiliser son budget formations.

