

OBJECTIF(S)

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Imaginer un stand attractif tout en optionnant sa présence sur un salon
- Elaborer la scénographie de son stand
- Savoir faire la différence sur un salon virtuel
- Analyser les bons indicateurs dans un souci d'amélioration

DUREE

2 jour(s) – 14 heures
09h00 – 12h30/13h30-17h00

TARIF NET DE TVA

Tarif artisan TNS
Nous consulter

Tarif autre public
490 euros

EFFECTIF

Présentiel
Min 5 – Max 12 personnes

LIEU(X) DE FORMATION

CMA Paris
72 rue de Reuilly
75012 PARIS 12

CONTACT

Samia TOUNSI
ou Rosa Gondao
01 53 33 53 09
Formation. 75@cma-idf.fr

PROGRAMME

POSER LES BASES DU FUTUR STAND

- Comprendre les contraintes marketing et merchandising, les contraintes de communication et de commercialisation pour en déduire les règles.
- Utiliser le stand comme un outil de communication au service de l'Artisan d'Art et de sa vision d'entreprise.
- Mettre en cohérence la vision personnelle de l'Artisan et le message à véhiculer, base du futur stand.

MATERIALIZER IDEE ET MESSAGE : REFLET DE L'ARTISAN, RESULTAT DE LA STRATEGIE

- Imaginer un concept pour donner instantanément visibilité et lisibilité à l'artisan et son produit.
- Faire comprendre la vision au client.
- Faire vivre une expérience client exceptionnelle ::
 - la création du parcours client
 - la renforcer par une scénographie au service du produit,
 - augmenter la désirabilité par la transposition des règles merchandising sur le stand

UN STAND EVOLUTIF

- Imaginer un stand évolutif, s'adaptant à la créativité de l'artisan, mais aussi à l'environnement, au contexte et contraintes des salons.

UNE OFFRE COHERENTE ET PERTINENTE

- Sélection des produits et profondeur de gamme

FAIRE LA DIFFERENCE SUR UN SALON VIRTUEL

- Tenir compte du besoin d'humanité au sein du numérique
- Comprendre les contraintes d'irrationnel et d'émotionnel dans la décision d'achat.
- Faire la différence en appliquant les règles de marketing disruptif du luxe
- Accentuer par l'image et la vidéo l'expression de l'intangible, de la symbolique, de l'émotion, portés par les produits Métiers d'Art, au service d'un marketing de l'offre.
- Expo virtuelle et boutique en ligne.

RETOUR SUR INVESTISSEMENT ET INDICATEURS

- Mettre en place des objectifs chiffrés (quantitatifs et qualitatifs).
- Analyser, mesurer l'investissement et l'efficacité des actions.
- Avoir le recul et les bons critères pour tirer les bonnes conclusions et réagir.

PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants TPE-PME, et demandeurs d'emploi

PRE-REQUIS

Pas de pré-requis.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques

ÉVALUATION

Evaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation.

PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine

SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation
Questionnaire de satisfaction en fin de formation et à 3 mois