

OBJECTIF(S)

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

- Adapter une stratégie de luxe à son activité, son produit pour développer et pérenniser son entreprise

DUREE

2 jours – 14 heures
09h00 - 12h30 / 13h30 - 17h00

TARIF NET DE TVA

Tarif TNS
Nous contacter

Tarif tout public
490 euros

EFFECTIF

Présentiel
Min 6 – Max 12 personnes

LIEU(X) DE FORMATION

CMA IdF PARIS
72 rue de Reuilly
75012 PARIS
www.cma-paris.fr

CONTACT

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

PROGRAMME

Jour 1

APPROCHER, OBSERVER, DECODER LE MARKETING DU LUXE

- Les différences entre marketing classique et marketing du luxe
- Luxe et art : des concepts liés
- Le luxe un marketing disruptif
- Les différentes visions du luxe
- Clarifier et imposer sa propre vision d'entreprise
- La valeur du luxe
- La composition d'un produit de luxe
- Quels sont les éléments constitutifs d'une offre haut de gamme ?
- Les clientèles du luxe
- Le luxe et les circuits de distribution
- Les impératifs d'une distribution maîtrisée et spécialisée
- Luxe développement durable et éthique
- Trouver les synergies du haut de gamme avec l'éthique et l'éco responsabilité

Jour 2

ENVISAGER LES APPLICATIONS POSSIBLES DANS L'ENTREPRISE ARTISANALE METIERS D'ART

- Application aux entreprises présentes

PUBLIC

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

PRE-REQUIS

Aucun.

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.