

FICHE TECHNIQUE FORMATION

« Le 360° de la promotion des ventes »

Objectif de la formation :

Permettre aux participants de maîtriser les bases du métier de la promotion des ventes et ses utilisations actuelles afin de proposer des actions efficaces, cohérentes et adaptées aux différentes cibles > interne, distribution, clients finaux.

Publics :

- Annonceurs/Industriels - Responsables marketing et communication commerciale ou opérationnelle.
- Agences - chefs de projets - chargés de clientèle
= Public en charge de la communication opérationnelle/promotionnelle, en lien avec les agences opérationnelles ou interface trade-marketing.

Programme détaillé :

JOUR 1

→ 8H45 : ACCUEIL

- Arrivée et installation des participants : café, viennoiseries.

→ 9H00 à 9h45 : INTRODUCTION

- Présentation du programme, objectifs, déroulement et consignes
- Présentation des participants et attentes

→ 9h45 à 10H30 : PARTIE 1 - Les fondamentaux

- Etat des lieux - décryptage de campagne - perspective/mise en commun
- Qu'est-ce que la promo aujourd'hui? Approche des techniques par cas récents

→ 10H30 à 10H45 : PAUSE

→ 10H45 à 13H00 : PARTIE 1 - Le coeur de métier

- Construction de définition et promotion au sein marketing opérationnel
- Les techniques phares - exposé interactif
- Atelier conception d'une opération sur micro-brief = 2h 30

→ 13H00 à 14H00 : DEJEUNER

- 14H00 à 15H45 : PARTIE 2 - Les amplificateurs
 - La mediatization de la promo
 - Media promo - mass media - media PV - media enseignes - Web et mobile
 - > Exposé + Atelier

- 15H45 à 16H00 : PAUSE

- 16H00 à 17H30 : PARTIE 2 - Les amplificateurs - La promo-trade
 - Contexte : nouvelles perspectives sur la relation distrib/indust
 - Le terrain pour échanger/gagner : le trade marketing
 - Principe - le plan trade
 - Outils distributeurs (typologie offres enseignes / offres ad hoc)
 - Atelier

- 17H30 à 18H00 : Conclusions - retour sur attentes

JOUR 2

- 8H45 : ACCUEIL
 - Arrivée et installation des participants : café, viennoiseries.

- 9H00 à 9h30 : Réveil pédagogique J1

- 9H30 à 10h15 : PARTIE 3 - La conception d'une op promo - La promo relationnelle
 - La nouvelle donne marques/consos
 - Contexte marché, 360° et nouveau profil conso

- 10H15 à 10H30 : PAUSE

- 10H30 à 11H15 : Atelier - promo relationnelle

- 11h15 à 12h30 : PARTIE 3 - La conception promo
 - Le planning stratégique promo + atelier suite de cas
 - La création promotionnelle + atelier évaluation de campagnes

- 12h30 à 13h30 : PAUSE DEJEUNER

- 13h30 à 14h15 : PARTIE 3 - le brief promo
 - Atelier

- 14h15 à 15H15 : PARTIE 3 - le scénario d'une op promo
 - Atelier construction d'un scenario complet

- 15H15 à 15H30 : PAUSE

- 15H30 à 16H30 : PARTIE 3 - les fiches promo projet / les outils

- Les outils/supports de gestion, suivi et évaluation

→ 16H30 à 17H30 : FORUM

Toutes les « best practices » métier ... Les secrets, trucs et astuces de réussite des experts - Format questions/réponses participants VL/EE

→ 17H 30 à 18H 00 : Conclusion de la formation

- Retour sur attentes participants - bilan et 3 actions/projets à mener
- Evaluation de la formation

Support remis aux participants :

Un cd-rom reprenant l'ensemble des slides détaillés est remis ou envoyé aux participants après la formation.

Vos formatrices :

Valérie Lacroix

Formatrice Conseil et consultante en communication d'entreprise.

20 ans de pratique au sein d'agences de marketing opérationnel (IDM-FCA/Topaze/Flamenco/Creature).

Une double expertise grâce à l'exercice de deux fonctions complémentaires :

Directrice de clientèle (Commercial/Stratégie opérationnelle)

Directrice de création (Gestion d'image de marques/Planning stratégique et conception-rédaction).

Un parcours de conseil, d'accompagnement et de formation de publics variés : commerciaux et créatifs, annonceurs et agences, dirigeants de PME. Formatrice Cegos et Media Institute.

Elisabeth Cony Exertier

Directrice Associé du Site Marketing

Une double expérience de 20 ans en marketing et promotion.

Diplômée de l'EBS et du CELSA (DESS Communication et Multimédia).

Fonctions marketing au sein de groupes industriels (Vandemoortele, Chambourcy / Nestlé)

Développement au sein d'agences de marketing opérationnel

Directrice commerciale chez Mc Cann Macao Momentum.

Elisabeth a mené des missions chez Monoprix (mise en place du centre de contact client monop'bonjour) et a mis en place l'offre de produits de fidélisation de Higher, filiale du groupe HighCo et de Laser / Galeries Lafayette.

Pour vous inscrire (voir ci dessous)

BON DE COMMANDE

Formulaire à retourner par E-mail > mona.lojal@lesitemarketing.com
ou par fax > 01 46 48 30 43

Intitulé :

Formation Promotion des ventes : **Le 360° de la promotion des ventes**
Cette formation peut être prise en charge dans votre budget formation

Prix : 1150€ HT / par participant

Conditions de paiement : 30 jours nets

Conditions de résiliation : En cas d'absence d'un participant ou d'arrêt en cours de formation, la totalité de la formation est due.

Organisme de formation :

Le Site Marketing 10 rue de l'Abbé Grégoire
92137 Issy Les Moulineaux Cedex
RCS : 430 225 169 00027 / NAF : 741G
Numéro de centre de formation : 11921319192

Votre numéro de commande* (si nécessaire) :
Je souhaite m'inscrire à la session du :

- 13 et 14 décembre 2007
 7 et 8 février 2008
 17 et 18 mars 2008
 16 et 17 juin 2008

Merci de remplir le formulaire ci-dessous afin que votre commande soit prise en compte.

Prénom	Nom	Fonction	Société	Tél.	E-mail

Nombre de personnes inscrites

Signature :

Date :
(Accompagnée du cachet de l'entreprise)

** Vous pouvez réserver votre place en attendant l'obtention de votre numéro de commande en interne*