

Hé

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
09h15 - 12h45
13h30 - 17h00

TARIF NET DE TVA

Tarif TNS
Nous contacter

Tarif autre public
490 euros

EFFECTIF

Présentiel
Min 5 – Max 12 personnes

LIEU DE FORMATION

CMA IDF - 92
17 bis rue des Venêts
92000 NANTERRE

CONTACT

Service Formation
TURHAN Silvia
Tél : 01 47 29 43 87
formation.92@cma-idf.fr
www.formation-cma92.fr

PROGRAMME

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

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

Pas de prérequis.

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