

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.
- Élaborer la scénographie de son stand.
- Savoir faire la différence sur un salon virtuel.
- **Analyser les bons indicateurs dans un soucis d'amélioration.**

DURÉE

2 jours - 14 heures
9h15-12h45//13h30-17h

TARIF NET DE TVA

Tarif tout public : 490 €

EFFECTIF

Présentiel :
Minimum : 5 stagiaires
Maximum : 12 stagiaires

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.

Matérialiser idée et message : **reflet de l'artisan, résultat de la stratégie**

- 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 évolutif

- 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 cohérente et pertinente

- Sélection des produits et profondeur de gamme

Faire la différence 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.

MÉTIERS D'ART

AMÉNAGER SON STAND OU PARTICIPER À UN SALON VIRTUEL

- Avoir le recul et les bons critères pour tirer les bonnes conclusions et réagir.

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

PUBLIC

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

PRÉ-REQUIS

Aucun.

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques.

ÉVALUATION

Évaluation 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.
Questionnaires de satisfaction.