

# PROGRAMMES 2017

# FORMATION PROMOTION DES VENTES

PROMORESEARCH est un cabinet marketing spécialisé dans la veille, le conseil stratégique et la formation en promotion des ventes.

Depuis 1997, PROMORESEARCH a accueilli plus de 3 800 participants venant de plus de 900 entreprises.

**PROMO**  
RESEARCH

[www.promoresearch.fr](http://www.promoresearch.fr)

15, rue de Curzay  
95880 Enghien-les-Bains  
Tél. : 01 34 12 32 61  
E-mail : [pingold@promoresearch.fr](mailto:pingold@promoresearch.fr)

**ORGANISME DE FORMATION**

N° déclaration d'activité :  
11 95 02333 95

► 9 MARS, 22 JUIN, 23 NOVEMBRE

## **PROMOTION SHOPPER & TRADE**

Construire des actions promotionnelles et commerciales visant le shopper en situation d'achat dans le point de vente et dans un objectif d'activation des ventes.

► 8 JUIN, 5 OCTOBRE

## **PROMOTION CONSO & STRATEGIE DE MARQUE**

Concevoir des opérations promotionnelles visant les consommateurs dans un objectif stratégique de construction de la marque ou de l'enseigne.

► 14 MARS, 13 JUIN, 12 OCTOBRE, 7 DECEMBRE

## **LE NOUVEAU DROIT DE LA PROMOTION DES VENTES**

Une analyse complète des nouvelles réglementations pour optimiser vos opérations promotionnelles en maîtrisant les risques juridiques.

## **Lieu des formations : Paris - Saint-Lazare**

### **Espace La Rochefoucauld**

11 rue de la Rochefoucauld  
75009 PARIS

A quelques minutes  
de la gare Saint-Lazare  
et des Grands Magasins



### Objectifs pédagogiques

Capacité à construire des actions promotionnelles et commerciales visant le shopper en situation d'achat dans le point de vente et dans un objectif d'activation des ventes.

### Compétences visées

- Connaître et savoir utiliser les grandes techniques promotionnelles utilisées dans la distribution
- Être force de proposition dans l'élaboration des plans d'action commerciale

### Public visé

- Cadres marketing ou commerciaux, responsables de promotion ou de développement commercial, category managers, trade marketers etc.
- Entreprises de grande consommation ou de biens de consommation durable
- Distributeurs alimentaires ou spécialisés

### Prérequis

Une pratique concrète de la mise en œuvre des promotions dans des circuits de distribution

### Moyens pédagogiques

- Exposé interactif en vidéoprojection
- Illustration par des cas concrets
- Echanges entre les participants
- Exercices sur des cas concrets

### Animation

Philippe Ingold, fondateur de PromoResearch, expert en promotion des ventes

### Moyens de suivi

Tour de table sur les attentes de stagiaires en début de journée et sur leur satisfaction en clôture

### Modalités d'évaluation

Feuille d'évaluation à remplir à chaud en fin de session

### Durée de la formation

Une journée, 7 heures effectives

## + le plus de la formation

Son caractère concret et débouchant sur des applications immédiatement opérationnelles.

## PROGRAMME FORMATION

### Introduction

Quels objectifs pour les enseignes et les marques ?

### 1 - Les offres financières et ventes liées

- ▶ Les techniques hard-selling traditionnelles : prix, lots, produits en plus
- ▶ Les NIP (nouveaux instruments promotionnels) : lots virtuels, bons d'achat, tickets, cagnottes
- ▶ De nouveaux NIP, des exploitations originales
- ▶ Du support prospectus au digital
- ▶ L'utilisation des réseaux sociaux
- ▶ Des mécanismes originaux

### 2 - Les bons de réduction et offres de remboursement

- ▶ Les supports points de vente du BR
- ▶ Le load to card
- ▶ L'ODR, des exploitations enseignes et trade
- ▶ Les ODR aléatoires
- ▶ Des applications digitales

### 3 - Les primes et cadeaux, directs et différés

- ▶ Les primes collector et cumulatives enseignes
- ▶ Les exploitations trade
- ▶ Les primes associées point de vente
- ▶ Les réductions vignettes (offres de continuité)
- ▶ Les cadeaux
- ▶ Les séries événementielles
- ▶ Quel avenir pour les programmes cadeaux ?

### 4 - Les jeux et concours trafic et trade

- ▶ Les mécanismes « trafic », spécifiques aux enseignes
- ▶ Les exploitations trade des opérations d'enseignes
- ▶ Les mécanismes trade proposés par les marques

### 5 - Le digital to store

- ▶ Les outils d'information concurrentielle
- ▶ La « pré-histoire » : le SMS « push »
- ▶ Les applis commerciales
- ▶ Les applis de fidélisation
- ▶ L'exploitation des réseaux sociaux
- ▶ La micro géolocalisation

### 6 - Efficacité et rentabilité

- ▶ L'effet des MEA et prospectus
- ▶ Les ventes incrémentales
- ▶ Calcul de la rentabilité sur les ventes incrémentales

## ANIMATEUR



### Philippe Ingold

Fondateur de **PROMORESEARCH**, cabinet de conseil en stratégie promotionnelle. Créateur en 1997 et animateur du site de référence, les clés de la promotion. Créateur de **PROMORAMA**, une pige d'actions promotionnelles. Organisateur et animateur des « Assises de la Promotion »

Il est l'auteur de 2 livres : « Promotion des ventes et action commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » (Vuibert).

**PROMORESEARCH** est un cabinet spécialisé dans la veille, le conseil stratégique et la formation en promotion des ventes.

Depuis 1997, **PROMORESEARCH** a accueilli dans ses formations plus de 3 800 participants de plus de 900 entreprises.

## ORGANISME DE FORMATION

N° déclaration d'activité : 11 95 02333 95

**Contact :** 15, rue de Curzay - 95880 Enghien-les-Bains  
**PROMORESEARCH** Tél. : 01 34 12 32 61  
**Philippe Ingold** E-mail : pingold@promoresearch.fr

**Objectifs pédagogiques**

Concevoir des opérations promotionnelles visant les consommateurs dans un objectif stratégique de construction de la marque ou de l'enseigne.

**Compétences visées**

- Découvrir comment utiliser la promotion pour construire ou enrichir la stratégie de marque
- Connaître et savoir mettre en œuvre toutes les techniques promotionnelles s'adressant au consommateur

**Public visé**

- Tous les cadres marketing responsables de la mise en œuvre des promotions ou de la communication de marques
- Les directeurs de clientèle ou responsables de planning stratégique dans les agences de communication, généralistes ou spécialisées

**Prérequis**

Une formation ou expérience du marketing ou de la communication des marques ou enseignes

**Moyens pédagogiques**

- Exposé interactif en vidéoprojection
- Illustration par des cas concrets
- Echanges entre les participants
- Exercices sur des cas concrets

**Animation**

Philippe Ingold, fondateur de PromoResearch, expert en promotion des ventes

**Moyens de suivi**

Tour de table sur les attentes de stagiaires en début de journée et sur leur satisfaction en clôture

**Modalités d'évaluation**

Feuille d'évaluation à remplir à chaud en fin de session

**Durée de la formation**

Une journée, 7 heures effectives

**+ le plus de la formation**

Une réflexion sur les missions et le fonctionnement de la promotion consommateur avec de multiples exemples concrets

**PROGRAMME FORMATION**
**1 - Les facteurs d'innovation et d'originalité**

- ▶ L'utilisation de nouveaux médias digitaux
- ▶ Un nouveau cadre réglementaire européen
- ▶ L'exploitation de synergies
- ▶ De nouvelles tendances

**2 - Les modes d'action de la promotion**

- ▶ Le schéma de fonctionnement de la promotion
- ▶ La communication : bénéfiques, cibles, médias
- ▶ Les lieux et moments stratégiques
- ▶ Les partenariats promotionnels
- ▶ Les objectifs marketing
- ▶ Les objectifs de communication
- ▶ Les critères de choix des objectifs

**3 - Les primes et cadeaux, directs et différés**

- ▶ Les ressorts psychologiques du don
- ▶ Les primes directes, modes d'attribution et nature
- ▶ Les primes autopayantes et boutiques
- ▶ Les primes différées
- ▶ L'utilisation des licences
- ▶ Les primes « services et loisirs »
- ▶ Des applications digitales
- ▶ L'impact de la nouvelle réglementation européenne
- ▶ Des mécanismes originaux

**4 - Les jeux et concours**

- ▶ La gamification, ses ressorts psychologiques
- ▶ Les différents mécanismes
- ▶ Des mécanismes originaux
- ▶ Des combinaisons de jeux avec d'autres techniques (avec achat)
- ▶ Les supports de communication des jeux
- ▶ Les jeux spécifiques au web
- ▶ Les jeux sur mobile
- ▶ L'utilisation de réseaux sociaux
- ▶ De nouveaux types de dotations

- ▶ Des thèmes originaux
- ▶ Les thèmes « licences »

**5 - Les techniques d'essai**

- ▶ Mécanismes et supports
- ▶ Une approche expérientielle

**6 - Les bons de réduction**

- ▶ Les supports de diffusion
- ▶ Les modes d'attribution
- ▶ L'utilisation du digital : E-coupon, M-coupon, F-coupon
- ▶ Les exploitations partenaires
- ▶ Les principaux objectifs

**7 - Les offres de remboursement**

- ▶ Monoproduit, multiproduits, combinées
- ▶ Les modes d'attribution du remboursement
- ▶ Rembourser de façon originale
- ▶ Une technique en voie de digitalisation ?
- ▶ Pour quels objectifs ?

**8 - Les opérations relationnelles et événementielles**

- ▶ Les opérations solidaires
- ▶ Les clubs, programmes relationnels, communautés, sites brand content
- ▶ Les actions de « brand culture »
- ▶ Les actions de marketing participati
- ▶ Les actions de marketing viral
- ▶ Des actions relationnelles diverses personnalisation, coaching, casting parrainage, ambassadeurs, partage,
- ▶ Les actions événementielles

**9 - efficacité et rentabilité de la promotion conso**

- ▶ Les taux de remontées, un indicateur pertinent ?
- ▶ Les critères d'analyse
- ▶ Une approche à moyen terme : life time value, calcul du point mort

**ANIMATEUR**

**Philippe Ingold**

Fondateur de **PROMORESEARCH**, cabinet de conseil en stratégie promotionnelle. Créateur en 1997 et animateur du site de référence, les clés de la promotion. Créateur de **PROMORAMA**, une pige d'actions promotionnelles. Organisateur et animateur des « Assises de la Promotion »

Il est l'auteur de 2 livres : « Promotion des ventes et action commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » (Vuibert)

**PROMORESEARCH** est un cabinet spécialisé dans la veille, le conseil stratégique et la formation en promotion des ventes.

Depuis 1997, **PROMORESEARCH** a accueilli dans ses formations et manifestations plus de 3 800 participants de plus de 900 entreprises.

**ORGANISME DE FORMATION**

N° déclaration d'activité : 11 95 02333 95

**Contact :**

**PROMORESEARCH**  
Philippe Ingold

15, rue de Curzay - 95880 Enghien-les-Bains

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : pingold@promoresearch.fr

### Objectifs pédagogiques

Maîtriser le nouveau cadre légal de la promotion des ventes, créé par la directive européenne « Pratiques Commerciales déloyales »

### Compétences visées

- Valider juridiquement les actions promotionnelles
- Exploiter les nouvelles possibilités offertes

### Public visé

- Cadres marketing ou commerciaux développant ou gérant des promotions : chef de produit, chef de promotion, trade-marketer, category manager,
- Juristes d'entreprise
- Responsables de projets en agences de promotion ou de communication

### Prérequis

- Une connaissance des grands principes du droit commercial acquise dans le cadre d'une formation commerciale
- Autant que possible, une pratique de la mise en œuvre des techniques promotionnelles

### Moyens pédagogiques

- Exposé interactif en vidéoprojection
- Illustration par des cas concrets
- Echanges entre les participants
- Exercices sur des cas concrets

### Animation

Etienne Petit, Avocat à la cour, spécialiste du droit de la promotion des ventes

### Moyens de suivi

Tour de table sur les attentes de stagiaires en début de journée et sur leur satisfaction en clôture

### Modalités d'évaluation

Feuille d'évaluation à remplir à chaud en fin de session

### Durée de la formation

Une journée, 7 heures effectives

### + le plus de la formation

L'association de l'expertise du juriste et des outils de veille de PromoResearch : Site [cles-promo.com](http://cles-promo.com), PromoRama

## PROGRAMME FORMATION

### Introduction :

Les fondements du nouveau droit de la promotion : la directive européenne « PCD », les jurisprudences européennes de la CJUE, la transposition dans le droit français.

### 1 - Les nouveaux principes du droit de la promotion

- ▶ La notion de pratique commerciale
- ▶ Les pratiques commerciales : « simplement déloyales », trompeuses, agressives
- ▶ Le respect de la « diligence professionnelle » : codes ARPP, ICC
- ▶ Les modalités de contrôle de la licéité
- ▶ Les risques encourus, sanctions, montants, responsabilité ?
- ▶ La nouvelle méthode d'analyse des promotions

### 2 - La communication des promotions

- ▶ Les 7 règles d'une communication responsable
- ▶ Les règles de communication sur les supports : modalités de participation, mentions restrictives et renvois
- ▶ Les règles spécifiques sur les supports digitaux

### 3 - Les promotions par la mise en œuvre du produit

- ▶ Les primes, directes et différées
- ▶ Les limites de valeur des primes
- ▶ Les cadeaux
- ▶ Les primes autopayantes
- ▶ Les prestations de services offertes
- ▶ La gratuité, intégrée ou additionnelle
- ▶ Les lots et ventes liées, physiques et « virtuels »

### 4 - Les promotions faisant appel au hasard

- ▶ Les loteries promotionnelles
- ▶ Les jeux, gratuits ou avec obligation d'achat
- ▶ Les concours
- ▶ La mise en œuvre d'une loterie promotionnelle, le règlement
- ▶ Les autres promotions à dotation aléatoire
- ▶ Les jeux liés aux achats (jeux trafic, liens avec BR, BA, ODR)

### 5 - Les promotions par le prix

- ▶ La recommandation ARPP « publicité de prix »
- ▶ Les annonces chiffrées de réduction de prix
- ▶ Les publicités comparatives de prix
- ▶ Les bons de réduction
- ▶ Les bons d'achat, tickets et cagnottes
- ▶ Les « cashback », « deals », « codes promos »
- ▶ Les offres de remboursement
- ▶ Les soldes et promotions de déstockage

## ANIMATEUR

### Etienne Petit

Avocat à la cour, spécialiste du droit de la publicité et de la promotion des ventes, Etienne Petit, est l'auteur du, « **Guide du nouveau droit de la publicité et de la promotion des ventes** » (Gualino 2012).

Il a été le directeur éditorial de l'Encyclopédie juridique Dalloz et des Editions Delmas, et exercé les fonctions de conseil juridique de l'émission Teleshopping (TF1).

Etienne Petit s'appuie sur les sources de documentation développées par PromoResearch.



PROMORESEARCH est un cabinet spécialisé dans la veille, le conseil stratégique et la formation en promotion des ventes. Depuis 1997, il a accueilli dans ses formations spécialisées plus de 3 800 participants venant de plus de 900 entreprises.

## ORGANISME DE FORMATION

N° déclaration d'activité : 11 95 02333 95

### Contact :

**PROMORESEARCH**  
Philippe Ingold

15, rue de Curzay - 95880 Enghien-les-Bains

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : [pingold@promoresearch.fr](mailto:pingold@promoresearch.fr)



# CONDITIONS DE PARTICIPATION

## FRAIS DE PARTICIPATION (PAR JOURNEE)

**680 € HT / 816 € TTC**

Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée, le support des interventions, les pauses et le déjeuner.

## BUDGET DE FORMATION

PROMORESEARCH a fait l'objet d'une déclaration d'activité auprès de la Préfecture de la Région d'Île de France. N° : 11 95 02333 95

## MODALITES D'INSCRIPTION

L'inscription à la journée est définitive à la réception du bulletin d'inscription et du règlement complet des frais de participation.  
Dès réception du bulletin d'inscription par mail ou courrier, nous vous adressons facture, programme et convention de formation. La convocation est parallèlement adressée au participant. Une attestation de présence vous est adressée après la tenue de la session.

## CAS DE REGLEMENT PAR VOTRE OPCA

Adressez-nous le bulletin d'inscription en précisant le nom de votre OPCA. Nous vous retournerons par mail un devis, un programme et une convention de formation.

L'inscription définitive est conditionnée par la réception de l'accord de l'OPCA.

## MODALITES DE PAIEMENT

Païement par chèque à l'ordre de **PromoResearch**  
Païement par virement (préciser le numéro de facture)  
Domiciliation : CREDIT DU NORD  
Numéro de compte : 19221200200 10  
Code banque : 30076 / Code guichet : 02083

## ANNULATION

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler la session avant le début de celle-ci. En cas d'absence ou d'abandon du participant, la session est payable en totalité. En cas d'annulation faite moins de 15 jours avant la session, il sera facturé un dédit de 30 % des frais de participation.

## LIEU DES FORMATIONS

### PARIS 9<sup>ème</sup> - ESPACE LA ROCHEFOUCAULD

11 rue de la  
Roche foucauld  
75009 PARIS

A quelques minutes de la gare Saint-Lazare et des Grands Magasins



# BULLETIN D'INSCRIPTION

## PROMOTION SHOPPER & TRADE

Date session: .....

Entreprise : .....

Adresse : .....

Code Postal /Ville : .....

## BENEFICIAIRE 1 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## BENEFICIAIRE 2 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## RESPONSABLE DE FORMATION (OU CONTACT ADMINISTRATIF)

Prénom : ..... Nom : .....

Service : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

Règlement par OPCA : ..... (à préciser)

## SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Fait à : ..... le : .....

**BULLETIN A RETOURNER ACCOMPAGNE DU CHEQUE DE REGLEMENT A :**

**PROMORESEARCH**

**15, rue de Curzay 95880 ENGHEN LES BAINS**

## INFORMATIONS : PHILIPPE INGOLD

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : [pingold@promoresearch.fr](mailto:pingold@promoresearch.fr)

site web : [www.promoresearch.fr](http://www.promoresearch.fr)

## ORGANISATION : PROMORESEARCH

PROMORESEARCH est un cabinet de marketing spécialisé en stratégie promotionnelle, créé par Philippe Ingold en 1994.

Ses activités sont le conseil stratégique, la formation inter et intra-entreprise en promotion des ventes, l'organisation de conférences (Assises de la Promotion), la veille marketing (PromoRama)

Il s'appuie sur les recherches, travaux de Philippe Ingold (publication de « Promotion des Ventes et Action Commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » chez Vuibert).

Philippe Ingold est en outre le créateur et l'animateur du site « Les clés de la promotion », site de référence sur la promotion des ventes ([www.cles-promo.com](http://www.cles-promo.com)).

# CONDITIONS DE PARTICIPATION

## FRAIS DE PARTICIPATION (PAR JOURNEE)

**680 € HT / 816 € TTC**

Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée, le support des interventions, les pauses et le déjeuner.

## BUDGET DE FORMATION

PROMORESEARCH a fait l'objet d'une déclaration d'activité auprès de la Préfecture de la Région d'Île de France. N° : 11 95 02333 95

## MODALITES D'INSCRIPTION

L'inscription à la journée est définitive à la réception du bulletin d'inscription et du règlement complet des frais de participation.  
Dès réception du bulletin d'inscription par mail ou courrier, nous vous adressons facture, programme et convention de formation. La convocation est parallèlement adressée au participant. Une attestation de présence vous est adressée après la tenue de la session.

## CAS DE REGLEMENT PAR VOTRE OPCA

Adressez-nous le bulletin d'inscription en précisant le nom de votre OPCA. Nous vous retournerons par mail un devis, un programme et une convention de formation.

L'inscription définitive est conditionnée par la réception de l'accord de l'OPCA.

## MODALITES DE PAIEMENT

Païement par chèque à l'ordre de **PromoResearch**  
Païement par virement (préciser le numéro de facture)  
Domiciliation : CREDIT DU NORD  
Numéro de compte : 19221200200 10  
Code banque : 30076 / Code guichet : 02083

## ANNULATION

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler la session avant le début de celle-ci. En cas d'absence ou d'abandon du participant, la session est payable en totalité. En cas d'annulation faite moins de 15 jours avant la session, il sera facturé un dédit de 30 % des frais de participation.

## LIEU DES FORMATIONS

### PARIS 9<sup>ème</sup> - ESPACE LA ROCHEFOUCAULD

11 rue de la  
Roche foucauld  
75009 PARIS

A quelques minutes de la gare Saint-Lazare et des Grands Magasins



# BULLETIN D'INSCRIPTION

## PROMOTION CONSO & STRATEGIE DE MARQUE

Date session : .....

Entreprise : .....

Adresse : .....

Code Postal /Ville : .....

## BENEFICIAIRE 1 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## BENEFICIAIRE 2 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## RESPONSABLE DE FORMATION (OU CONTACT ADMINISTRATIF)

Prénom : ..... Nom : .....

Service : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

Règlement par OPCA : ..... (à préciser)

## SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Fait à : ..... le : .....

**BULLETIN A RETOURNER ACCOMPAGNE DU CHEQUE DE REGLEMENT A :**

**PROMORESEARCH**

**15, rue de Curzay 95880 ENGHEN LES BAINS**

## INFORMATIONS : PHILIPPE INGOLD

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : [pingold@promoresearch.fr](mailto:pingold@promoresearch.fr)

site web : [www.promoresearch.fr](http://www.promoresearch.fr)

## ORGANISATION : PROMORESEARCH

PROMORESEARCH est un cabinet de marketing spécialisé en stratégie promotionnelle, créé par Philippe Ingold en 1994.

Ses activités sont le conseil stratégique, la formation inter et intra-entreprise en promotion des ventes, l'organisation de conférences (Assises de la Promotion), la veille marketing (PromoRama)

Il s'appuie sur les recherches, travaux de Philippe Ingold (publication de « Promotion des Ventes et Action Commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » chez Vuibert).

Philippe Ingold est en outre le créateur et l'animateur du site « Les clés de la promotion », site de référence sur la promotion des ventes ([www.cles-promo.com](http://www.cles-promo.com)).

# CONDITIONS DE PARTICIPATION

## FRAIS DE PARTICIPATION (PAR JOURNEE)

**790 € HT / 948 € TTC**

Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée, le support des interventions, les pauses et le déjeuner.

## BUDGET DE FORMATION

PROMORESEARCH a fait l'objet d'une déclaration d'activité auprès de la Préfecture de la Région d'Île de France. N° : 11 95 02333 95

## MODALITES D'INSCRIPTION

L'inscription à la journée est définitive à la réception du bulletin d'inscription et du règlement complet des frais de participation.  
Dès réception du bulletin d'inscription par mail ou courrier, nous vous adressons facture, programme et convention de formation. La convocation est parallèlement adressée au participant. Une attestation de présence vous est adressée après la tenue de la session.

## CAS DE REGLEMENT PAR VOTRE OPCA

Adressez-nous le bulletin d'inscription en précisant le nom de votre OPCA. Nous vous retournerons par mail un devis, un programme et une convention de formation.

L'inscription définitive est conditionnée par la réception de l'accord de l'OPCA.

## MODALITES DE PAIEMENT

Païement par chèque à l'ordre de **PromoResearch**  
Païement par virement (préciser le numéro de facture)  
Domiciliation : CREDIT DU NORD  
Numéro de compte : 19221200200 10  
Code banque : 30076 / Code guichet : 02083

## ANNULATION

Si le nombre de participants est insuffisant, l'organisateur se réserve le droit d'annuler la session avant le début de celle-ci. En cas d'absence ou d'abandon du participant, la session est payable en totalité. En cas d'annulation faite moins de 15 jours avant la session, il sera facturé un dédit de 30 % des frais de participation.

## LIEU DES FORMATIONS

### PARIS 9<sup>ème</sup> - ESPACE LA ROCHEFOUCAULD

11 rue de la  
Roche foucauld  
75009 PARIS

A quelques minutes de la gare Saint-Lazare et des Grands Magasins



# BULLETIN D'INSCRIPTION

## LE NOUVEAU DROIT DE LA PROMOTION DES VENTES

Date session : .....

Entreprise : .....

Adresse : .....

Code Postal / Ville : .....

## BENEFICIAIRE 1 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## BENEFICIAIRE 2 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

## RESPONSABLE DE FORMATION (OU CONTACT ADMINISTRATIF)

Prénom : ..... Nom : .....

Service : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

Règlement par OPCA : ..... (à préciser)

## SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Fait à : ..... le : .....

## BULLETIN A RETOURNER ACCOMPAGNE DU CHEQUE DE REGLEMENT A :

**PROMORESEARCH**  
15, rue de Curzay 95880 ENGHEN LES BAINS

## INFORMATIONS : PHILIPPE INGOLD

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : [pingold@promoresearch.fr](mailto:pingold@promoresearch.fr)  
site web : [www.promoresearch.fr](http://www.promoresearch.fr)

## ORGANISATION : PROMORESEARCH

PROMORESEARCH est un cabinet de marketing spécialisé en stratégie promotionnelle, créé par Philippe Ingold en 1994.

Ses activités sont le conseil stratégique, la formation inter et intra-entreprise en promotion des ventes, l'organisation de conférences (Assises de la Promotion), la veille marketing (PromoRama)

Il s'appuie sur les recherches, travaux de Philippe Ingold (publication de « Promotion des Ventes et Action Commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » chez Vuibert).

Philippe Ingold est en outre le créateur et l'animateur du site « Les clés de la promotion », site de référence sur la promotion des ventes ([www.cles-promo.com](http://www.cles-promo.com)).