

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.

+ le plus de la formation

Son caractère concret et débouchant sur des applications immédiatement opérationnelles.

Compétences visées

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

Méthodes de travail

- Exposé des concepts et outils
- Echanges d'expériences entre participants

Profils concernés

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

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 page 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

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

Contact :

PROMORESEARCH :
Philippe Ingold

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

Tél. : 01 34 12 32 61

E-mail : 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

Paiement par chèque à l'ordre de **PromoResearch**
Paiement 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^{ème} - 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

site web : 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).