

9 mars 2010

DECRYPTER LES TECHNIQUES ET SUPPORTS PROMOTIONNELS

+ le plus du séminaire

Des illustrations concrètes et actualisées exploitant les outils de veille de PromoResearch

Compétences visées

- Découvrir de façon exhaustive les techniques et supports promotionnels
- Comprendre leurs fonctions marketing
- Découvrir leurs applications concrètes (supports, partenariats, trade-marketing)
- Connaître et évaluer l'intérêt des nouveaux supports et mécanismes

Méthodes de travail

- Exposé descriptif précis
- Avec de très nombreux exemples visuels
- Echanges d'expériences entre participants

Profil concerné

- Cadres marketing ou commerciaux ayant besoin d'approfondir leur connaissance de la promotion
- Entreprises de grande consommation ou d'autres secteurs dans une approche "benchmarking", agences conseil en promotion ou prestataires de services spécialisés

Animé par Philippe Ingold

Fondateur de PromoResearch en 1994, cabinet de conseil en stratégie promotionnelle, Philippe Ingold est aussi l'animateur du site référence de la promotion des ventes « Les clés de la promotion », créé en 1997. Il est l'auteur de deux ouvrages spécialisés « Promotion des ventes et action commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » (Vuibert).

Il organise et anime également deux conférences annuelles, les « Assises de la Promotion » et le « Forum de la promo ». Il a auparavant occupé des fonctions marketing et commerciales dans l'univers PGC et la distribution spécialisée.



PROGRAMME

Définition et modes d'application

1 - Les techniques et supports de base (avec un éclairage juridique)

- Les primes directes
- Les gifts différés
- Les techniques d'essai
- Les réductions de prix
- Produit en plus
- Les bons de réduction
- Les offres de remboursement
- Les lots
- Les séries événementielles
- Les jeux et concours
- Exploitations et combinaisons originales
- Les supports traditionnels

2 - Les nouvelles techniques et supports d'enseigne

- Les cartes de fidélité
- Les bons d'achat à valoir
- Les cartes « cagnotte »
- Les lots virtuels
- La promotion électronique
- Les autres supports au point de vente

3 - Les nouvelles exploitations « supports »

- Les mégabases de données
- Les programmes relationnels et les clubs de marque
- Le géomarketing
- Les charters de coupons
- Les supports d'échantillonnage
- Les exploitations d'internet
- Les exploitations de la téléphonie mobile

4 - Les exploitations des partenariats

- Les opérations transversales (ou multi-marques)
- Le partenariat entre marques (ou co-branding promotionnel)
- Le partenariat services ou loisirs
- Le partenariat citoyen
- Le partenariat médias
- Le partenariat licensing
- Le trade-marketing promotionnel

Quelles évolutions ?

Frais de participation : 610 € HT / 729,56 € TTC

Lieu : Resort Lucien Barrière Enghien - 85 à 89 rue du Général de Gaulle 95880 Enghien-les-Bains