

# CONSTRUIRE DES PROMOTIONS PERTINENTES ET EFFICACES

Concevoir et développer des promotions adaptées aux objectifs stratégiques, évaluer leur efficacité et optimiser leurs résultats.

### + le plus de la formation

Son caractère concret et débouchant sur des applications immédiatement opérationnelles.

#### Compétences visées

- Comprendre les modes d'action des promotions dans le cadre de la stratégie marketing
- Définir les techniques à utiliser en fonction d'objectifs opérationnels
- Développer et contrôler les opérations

#### Méthodes de travail

- Exposé des concepts et outils
- Echanges d'expériences entre participants
- Exercices d'application en groupe

#### Profils concernés

- Cadres marketing ou commerciaux avec un minimum d'expérience de la promotion, responsables de promotion, etc.
- Entreprises de grande consommation ou d'autres secteurs dans une approche "benchmarking", agences conseil en promotion ou prestataires de services spécialisés

## ANIMATEUR

### Philippe Ingold

Fondateur en 1994 de PromoResearch, cabinet de conseil en stratégie promotionnelle, et animateur du site référence créé en 1997 « Les clés



de la promotion ». Il est l'auteur de deux ouvrages : « Promotion des ventes et action commerciale » et « Guide des techniques promotionnelles » (Vuibert). Il organise et anime également les « Assises de la Promotion » et des Matinales traitant des points techniques sur la promotion.

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 3 000 participants de plus de 700 entreprises.

## ORGANISME DE FORMATION

N° déclaration d'activité : 11 95 02333 95

## PROGRAMME FORMATION

### Introduction :

Le schéma de fonctionnement de la promotion

### 1 - Comprendre les modes d'action de la promotion

- ▶ Les bénéfices promotionnels (leviers d'achat)
- ▶ La communication des promotions ; cibles, médias, messages
- ▶ Les lieux et moments stratégiques
- ▶ Les objectifs promotionnels
- ▶ Les critères de choix des objectifs : étapes stratégiques, comportements d'achat, nature des produits

### 2 - Choisir les techniques adaptées aux objectifs

- ▶ Objectifs liés à la pénétration : recrutement (essai, premier achat), réachat, fidélisation, rétention, attraction opportunistes
- ▶ Objectifs liés aux QA/NA : fréquence d'achat produit, taux de nourriture de la marque, stockage des consommateurs, augmentation des quantités consommées, développement des usages, « cross-selling », « up-selling
- ▶ Objectifs de communication : visibilité, territoire de communication, brand content, interactivité, personnalisation de la relation, information produit

Exercice en groupe : à partir de différentes situations stratégiques, définir un plan avec objectifs, techniques, médias, lieux et moments

### 3 - Analyser l'efficacité et la rentabilité des promotions

- ▶ Le schéma des effets sur les ventes
- ▶ Les coûts au contact utile.
- ▶ Le calcul de la marge promotionnelle
- ▶ Le calcul de rentabilité sur les ventes incrémentales
- ▶ La « Life Time Value »
- ▶ Le calcul du point mort

### 4 - Optimiser le budget promotionnel

- ▶ L'exploitation de techniques économiques
- ▶ La limitation des coûts de conditionnement
- ▶ L'ajustement des quantités
- ▶ Le ciblage
- ▶ La simplification de l'opération
- ▶ Le partage des coûts médias
- ▶ Les avantages consommateurs co-financés

### 5 - Analyser les opérations

- ▶ La pertinence de la technique
- ▶ L'attractivité de l'offre
- ▶ La clarté du mécanisme
- ▶ La visibilité de l'opération
- ▶ La rentabilité de la promotion
- ▶ La sécurité du dispositif
- ▶ L'acceptabilité par la distribution

### Contact

**Promoresearch :**  
**Philippe Ingold**

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

Tél. : 01 34 12 32 61 - Fax : 01 39 89 15 27

E-mail : pingold@promoresearch.fr

# CONDITIONS DE PARTICIPATION

## FRAIS DE PARTICIPATION

**Journée : 630 € HT / 753,48 € TTC**

Les frais de participation comprennent l'accès à l'ensemble de la journée de formation, le support des interventions, les pauses et le déjeuner. A régler au moment de l'inscription.

## 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

A réception du bulletin d'inscription, PromoResearch vous adresse un dossier comportant une facture une convention de formation (dont un exemplaire à nous retourner signé) et un programme.

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

L'attestation de présence, établie à l'issue du stage, est adressée au responsable de formation.

## OPCA (ORGANISMES DE GESTION)

En cas de prise en charge par une OPCA, l'inscription n'est définitive qu'après un accord de l'organisme notifié par écrit.

## CONVOCATION

Une convocation, avec des informations d'accès, est envoyée individuellement à chaque participant,

## 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

**RESORT LUCIEN BARRIERE ENGHIEU**  
85 à 89, rue du Général de Gaulle  
95880 Enghien-les-Bains

Les formations peuvent se tenir au Grand Hôtel, à l'Hôtel du Lac ou au Centre d'affaires qui se situent tous face au Lac.

Le Resort se trouve à 10 kilomètres de Paris et à 12 minutes en train de la gare du Nord (+ cinq minutes à pied de la gare d'Enghien)

## MATERIEL PEDAGOGIQUE

Les présentations sont faites sous forme de vidéo-projection. Un dossier reproduisant l'intégralité de la présentation est remis à chaque participant en début de session.

# BULLETIN D'INSCRIPTION A UNE SESSION DE FORMATION PROMORESEARCH

Titre de la session : .....  
Date : .....

Entreprise : .....  
Adresse : .....  
Code/Ville : .....

## RESPONSABLE DE FORMATION (OU CONTACT ADMINISTRATIF)

Prénom : ..... Nom : .....  
Service : .....  
Tél. : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

## OPCA (ORGANISME DE GESTION DES FONDS DE FORMATION)

Nom de l'organisme : .....  
Adresse : .....  
Code/Ville : .....

## BENEFICIAIRE 1 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....  
Fonction : .....  
Tél. : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

## BENEFICIAIRE 2 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....  
Fonction : .....  
Tél. : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

## BENEFICIAIRE 3 DE LA FORMATION

Prénom : ..... Nom : .....  
Fonction : .....  
Tél. : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

## SIGNATURE ET CACHET DE L'ENTREPRISE

Fait à : ..... le : .....

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

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

**INFORMATIONS : PHILIPPE INGOLD**

**Tél. : 01 34 12 32 61 - Fax : 01 39 89 15 27**

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

**site web : [www.cles-promo.com](http://www.cles-promo.com)**