

MARKETING OLFACTIF : L'IMPACT DE L'ODEUR DANS UNE STRATÉGIE DE MARQUE

DURÉE

2 jour(s) soit 14,00 heures

PUBLIC

- Professionnels du commercial, de la communication ou du marketing,
- Retailers,
- Designers,
- Entrepreneurs en cours de création de marque,
- Professionnels de la santé.

PRÉ-REQUIS

- Maîtrise de la langue française (existe en anglais, nous contacter).

MOYENS ET SUPPORTS

Pendant le cours :

- Présentation support visuel et vidéo,
- Touches olfactives.

Après le cours :

- Dossier pédagogique dématérialisé (via Extranet)

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

- 70% d'apports théoriques et de connaissances,
- 30% de pratique,
- Séances de formation dispensées en salle ou à distance (en cours particulier).

OBJECTIFS

- Acquérir et/ou structurer les connaissances du monde des odeurs afin de l'appliquer dans son domaine d'activité,
- Pouvoir appliquer le marketing olfactif dans la conception de produits odorants et dans l'élaboration d'un plan merchandising olfactif,
- Intégrer une dimension olfactive dans une démarche créative,
- Renforcer l'image olfactive d'une marque ou d'une enseigne.

DESCRIPTION / CONTENU

- Le sens de l'odorat : ses principes physiologiques et émotionnels, l'apprentissage et la mémorisation des odeurs,
- Analyser à 360° les odeurs,
- Marketing Olfactif
- Panorama des différents domaines d'intervention :
 - + Scénographie parfumée,
 - + Communication olfactive.
- Cas pratiques

MODALITÉS

Évaluation :

- Travaux pratiques,
- Questions orales régulières de contrôle des connaissances,
- Questions à Choix Multiples (QCM) / Quiz / Evaluation.

Suivi :

- Émargement,
- Évaluation des acquis,
- Attestation de formation.

