



Coordonner un projet de développement olfactif

Piloter, organiser et coordonner un projet.

OBJECTIFS

- Comprendre le rôle du marketing pour la compétitivité de l'entreprise sur son marché.
- Maîtriser les étapes clés du développement de l'idée au produit et les conditions de réussite.
- Valider la faisabilité d'un projet en terme de positionnement, planning et budget.
- Analyser le potentiel olfactif et conceptuel d'une marque/d'un produit.
- Créer le répertoire olfactif d'une marque et le positionner sur son marché.
- Analyser la cohérence marketing d'une marque/d'un produit.

CONTENU

- Présentation des 5 étapes clés du marketing : étude, stratégique, développement, opérationnel, contrôles.
- Étude du potentiel olfactif et conceptuel d'une marque.
- Écriture d'un Brief : la méthode.
- Optimisation d'un Brief à travers une stratégie olfactive et commerciale fidèle à une marque définie.
- Analyse des positionnements « marketing » et « olfactif » d'une marque sur son marché.
- Étude d'un lancement de développement parfum.



Toute personne ayant à charge la gestion d'un projet de développement olfactif.



Cette formation est dispensée en français et ne nécessite aucun autre prérequis pour y participer ou s'y inscrire.



5 jours, soit 35 heures



1 Dossier pédagogique



1 900 € HT soit 2 280 € TTC



PARIS

9, 10, 16, 23
& 24 juillet

GRASSE

7, 8, 9, 14 & 15 octobre

21, 22, 26 novembre
et 5, 6 décembre