



Le Marketing Expérientiel ou comment créer une expérience de marque du lieu de vie au lieu de vente

Participants :

Profil des participants :

Agence : commerciaux, créatifs, médias

Client : équipes marketing - communication

Formation :

Description :

1. Qu'est-ce que le marketing expérientiel ? A quoi sert-il ? Pourquoi est-il aujourd'hui une nouvelle catégorie de l'offre ?
2. Comment stimuler le consommateur sur ses lieux de vie / lieux de consommation ?
 - Comprendre le lien entre les cinq sens et la consommation
 - Identifier les lieux de vie, lieux de vente et les rendre expérientiels
3. Comment réussir la mise en place d'une stratégie expérientielle ?
 - Les trois phases de l'expérience
 - Les variables de la mise en scène de l'expérience
 - Les règles à suivre pour développer du marketing expérientiel
4. Décrypter les Best Practices à travers 3 lieux expérientiels

Mots clés : Vécu, Conversation, Sensoriel, Emotion, Mise en scène, Immersion, Bouche à Oreille, Marque, Consommateur, lieux de vie, lieux de vente, Storytelling.

Objectifs de la formation :

- Montrer que le Marketing Expérientiel ou l'expérience de consommation, est une nouvelle stratégie de différenciation des marques, un moyen d'échapper à la banalisation
- Donner des outils pour créer des expériences de consommation et rentrer dans le mode de vie du consommateur.

Plan de la formation :

1ère Partie : Du marketing produit à l'expérience de consommation

Les évolutions et tendances du marketing

Le concept d'expérience en marketing

L'expérience de consommation

2^{ème} partie : Créer des expériences émotionnelles du lieu de vie au lieu de vente

Comprendre le lien entre les cinq sens et la consommation

Les lieux pour développer l'expérience

3^{ème} partie : Réussir la mise en place d'une stratégie expérientielle

Les trois phases de l'expérience

Les variables de la mise en scène de l'expérience

Les règles à suivre

4^{ème} partie : Best Practices par lieux expérientiels

Mise en pratique :

La moitié du temps de formation est dédié à des ateliers sur des cas pratiques

Durée : Module de 3 heures

Formateur(s) :

Nom du formateur : Charlotte Defaye-Ripoche