

Marketing olfactif

Comment les odeurs nous mènent par le bout du nez ?

OBJECTIFS

- Intégrer une dimension olfactive dans une démarche créative polysensorielle.
- Acquérir ou structurer ses connaissances du monde des odeurs et de ses diverses applications dans les domaines des parfums et des cosmétiques, de la santé, de l'art, de la mode, du design, de la communication, etc.
- Appliquer le marketing olfactif dans la conception de produits odorants et dans l'élaboration d'un plan merchandising olfactif.
- Renforcer l'image d'une marque ou d'une enseigne en communiquant avec un « logo olf ».

CONTENU

- Le sens de l'odorat : ses principes physiologiques et émotionnels, l'apprentissage et la mémorisation des odeurs.
- L'exploitation marketing des odeurs : sa définition et les limites de la manipulation olfactive.
- Panorama des différents domaines d'intervention : l'univers de la beauté et les bases esthétique du « parfumage ».
- Émergence d'un art olfactif contemporain, appliqué à différents supports (ligne, espace, objet, etc.)
- Cas pratiques autour de projets olfactifs : conception d'un logo-olf, réalisation d'un plan merchandising parfumé, développement d'une gamme de produits qui ont du nez.



Professionnels : architectes, designers, merchandisers, chefs de produits, retailers, agence de communication, professionnels de la santé, étudiants, passionnés de parfums souhaitant s'initier et maîtriser le marketing olfactif et ses procédés d'applications : mix produit, animations de points de vente, publicité.



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



3 jours soit 21 heures



1 Dossier pédagogique



nous contacter



nous contacter