



Le Château - F 26790 SUZE LA ROUSSE - Téléphone : (33) 04 75 97 21 34 - Télécopie : (33) 04 75 98 24 20

Site : www.universite-du-vin.com Mail : contact@universite-du-vin.com

N° déclaration d'existence : 82 26 000 12 26 N° SIRET : 324 249 937 00016

DATES	28 - 29 Mai 2018	Coût Heure/Stagiaire	27,50 €uros HT
COUT TTC	462,00 €uros TTC	Durée	14 heures
Coût HT	385 €uros HT	Effectif minimum :	8 Personnes
		Effectif maximum :	30 Personnes

La problématique du goût et l'Univers Sensoriel dans les stratégies "marketing" :

Public concerné :

► Professionnels de la production, de la commercialisation, du marketing, de la restauration, de la sommellerie, de la distribution agro-alimentaire, experts, personnes en reconversion professionnelle

Pré-requis :

► Aucun

Objectifs du stage :

► Comprendre la méthode et l'approche analytique des démarches marketing pour valoriser le goût d'un produit.

Lieu de l'action :

► Université du Vin – Suze la Rousse

Moyens pédagogiques :

► Exposés théoriques - Documents pédagogiques – Diaporama- Travaux pratiques

Moyens d'encadrement :

► L'Université du Vin assure l'organisation et l'encadrement pédagogique. Elle garantit la qualité de l'enseignement et le recrutement d'intervenants spécialisés. En matière de dégustation et d'analyse sensorielle, l'Université du Vin capitalise 30 ans de travail d'enseignement et de jury.

Modalités d'évaluation à l'issue de la formation :

► Chaque participant est consulté quant aux notions acquises et leur application possible dans le travail

- ▶ Une synthèse de l'évaluation des acquisitions est réalisée soit oralement lors d'un échange intervenant / stagiaires soit sous forme de questionnaire écrit individuel en vue de la validation de l'apprentissage.
- ▶ Remise aux stagiaires d'un questionnaire de satisfaction en fin de formation.

A l'issue de la formation :

- ▶ Remise au stagiaire d'une attestation de formation.

PROGRAMME

Jour 1

Les fondements du marketing sensoriel

Définition du Marketing Sensoriel et ses différentes applications dans l'univers sensoriel

- Du marketing produit au marketing de l'expérience (marketing émotionnel)
- Les 3 types d'application du marketing sensoriel (produit / environnement / communication)

L'approche consommateur et intelligence sensorielle

- neuromarketing
- Approche générationnelle et les tendances de consommation
- Les études consommateurs produits sensoriels (Panels de consommation)

Stratégie et MIX Marketing appliquées au marketing sensoriel

- Développement plateforme de Marque
- marketing Expérientiel lieux de vente des produits de bouche et vin

Jour 2

Marketing et communication appliquée aux goûts et aux vins

Stratégie et MIX Marketing appliquées aux produits dit 'sensoriels'

- Les différents marchés produits de bouche et vins (notions produits industriels, produits terroirs)
- L'approche consommateur, segmentation, cible, positionnement
- Cycle vie produits (incl. packaging) et innovations
- Stratégies de prix
- Stratégies de distribution
- Stratégies de Communication

Construire un argumentaire de vente basé sur une analyse sensorielle (exemples)

Aspects juridiques et réglementaires

Vin & Santé

Etudes de Cas