

VITRINES, RÔLE ET SCÉNOGRAPHIE

LUNDI 5 & MARDI 6 MARS 2012

LUNDI 18 & MARDI 19 JUIN 2012

LUNDI 19 & MARDI 20 NOVEMBRE 2012

*Premier contact entre le consommateur et le produit, la vitrine est un **outil privilégié d'expression de la marque**, quel que soit l'univers produit, mode, accessoires, beauté, gastronomie.*

Clarifier le rôle des vitrines, acquérir une méthodologie pour les concevoir, expérimenter des mises en scène, évaluer leurs performances... sont autant de thèmes abordés durant cette formation, alternant apports théoriques et exercices pratiques.

OBJECTIF

Acquérir une méthodologie pour concevoir des vitrines et évaluer leurs performances.

Avec **Christophe BARTHELEMY**, directeur - Faire Play

PROGRAMME

INTRODUCTION

Marque, client, réseau : quels sont le rôle et les enjeux des vitrines ?
Les règles fondamentales d'une vitrine

CONCEVOIR UNE VITRINE : METHODOLOGIE

La belle histoire à (ra)conter : savoir rechercher l'inspiration
Réflexion méthodologique
Composition technique et artistique
Adapter les décors au calendrier commercial : fêtes...

LE(S) PRODUIT(S) EN VITRINE

Critères de sélection des produits
Produit star et produits complémentaires
Accessoiriser pour vendre plus
Le stylisme produit
Les supports de produits spécifiques

LA MISE EN SCENE

Règles et non règles de mise en espace
L'éclairage
Les couleurs
Les différents plans (premier, second, arrière) 2D - 3D - 4D
L'interactivité avec le client
Le relais à l'intérieur du point de vente

LES DECORS

Règles de théâtralisation
Règles d'utilisation des décors
Décors attendus vs décors inattendus

ATELIER

Elaboration de thèmes de vitrine de différents univers produits : textile, déco, bijouterie, optique... dans un magasin laboratoire

MESURES ET PERFORMANCES

Comment mesurer l'impact des vitrines ?

ET DEMAIN ?!

Les courants créatifs à suivre

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Responsables marketing, communication, merchandising, merchandisers, responsables boutique.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alternera des apports théoriques et exercices pratiques au travers d'ateliers.

MODALITÉS DE VALIDATION DES ACQUIS

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

LIEU : Institut Français de la Mode - 36, quai d'Austerlitz - 75013 Paris

DURÉE : 2 jours - 9h00 / 17h30 (14 heures)

COÛT : 1 550 € HT

Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.