



Avec la participation de:

Mathilde Cense, **Street Markety**
Thierry Keller, **Toutcomme**
Eric Sportes, **Ilovemycom**
Nos adhérents
Nos partenaires

Présentent...

A Paris, le 15 novembre
Hôtel Adagio - PORTE DE VERSAILLES
20 rue d'Oradour sur Glanc

Inscription
OBLIGATOIRE



• L'ANIMATION COMMERCIALE •

des cœurs de villes

UN SUJET QUI VOUS INTERESSE

+ visite de groupe **VIP** du salon Heavent

ORDRE DU JOUR

10h00 – 12h00	<p><u>WORKSHOP</u> – L’animation commerciale des cœurs de villes</p> <ul style="list-style-type: none">• Comment attirer l’attention et surprendre les consommateurs ?• Comment drainer dans les boutiques de nos commerces ?• Comment faire plaisir tout en marquant les esprits ?• Débat – Questions – réponses tout au long de l’atelier
12h00 – 13h00	<p><i>Pause déjeuner</i></p>
13h00 – 14h30	<p><u>WORKSHOP</u> – Opération séduction des consommateurs</p> <ul style="list-style-type: none">• Comment faire venir les consommateurs en centre-ville?

INTRODUCTION

Tour de table pour présenter les personnes présentes

Pourquoi avoir choisi ce thème?

Quelle importance aujourd'hui pour nos cœurs de ville?

Quelles conséquences demain?

COMMENT ATTIRER ?

Comment attirer l'attention et surprendre le consommateur ?

CREER L'ÉCHANGE, EVEILLER LA CURIOSITÉ ET LA SYMPATHIE

La conception du projet

- **Bien préparer son évènement**
- **Penser sur l'année les actions**

Les outils du street marketing

Le Sur-Mesure !



COMMENT DRAINER ?

Comment drainer dans les boutiques de nos commerces?

DE L'IDEE A LA CONCRETISATION...

Partenariat avec les Vitrines

De la stratégie à la pratique

Des exemples valent mieux que de longs discours...

Mon expérience en tant que Toutcomme et président des Vitrines de Saverne

TOUTCOMME

COMMENT FAIRE PLAISIR ?

Comment faire plaisir tout en marquant les esprits?

AUGMENTER LE BUSINESS DANS LES CENTRES-VILLES

Quel est le bon cadeau à offrir à vos clients?

- Sac shopping pliable (interdiction du sac plastique)
→ plaisir d'offrir, fidélisation clientèle et cadeau utile
- *Expérience en direct...*
- Exemple d'un grand quotidien
- Tarifs, provenance des objets, etc.



OPÉRATION SÉDUCTION

Opération séduction des consommateurs

FAIRE REVENIR LE CONSOMMATEUR EN CENTRE-VILLE

Quelques ingrédients phares:

- La nouveauté
- L'événementiel
- L'originalité



Merci à tous !

