MAÎTRISER LES ASPECTS STRATÉGIQUES ET CRÉATIFS DES PACKAGINGS

Mettre en œuvre une démarche innovante au service des attentes consommateurs

2 JOURS, 14 HEURES

PACKAGING

CODE : EDI01

Objectifs de la formation

Savoir évaluer vous-même vos packagings

Comprendre le comportement des consommateurs face aux packagings, visions et perceptions

Trouver le bon mix entre design volume & graphisme, fonctionnalité & innovation

Capitaliser sur votre identité visuelle et votre charte graphique de Marque

Appréhender le packaging dans sa globalité, du brief à la réalisation : Maîtriser, diriger et valider les étapes clés

Comment définir les objectifs et les indicateurs de succès

Prendre en compte la réalité du "terrain"

Comprendre les évolutions récentes du packaging liées à la vente en ligne

Parmi nos formateurs

- Professionnel(s) du secteur

Public concernés

- Toute personne en charge des aspects stratégiques et/ou opérationnels du packaging des produits de grande consommation, qui prennent en compte les comportements et les attentes des consommateurs

Critères d'admission

- Cette formation entre dans le champ d'application des dispositions relatives à la formation professionnelle continue car considérée comme une action d'adaptation et de développement des compétences des salariés.

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

1ER JOUR

Rappel des objectifs de la formation

- Travail préparatoire : analyse des forces et faiblesses de vos packagings
- Évaluation du niveau d'efficacité de vos packagings

La vision des packagings par le consommateur

- Dans quel contexte achète le consommateur

- Packaging et merchandising
- Les séquences de découverte du packaging
- Le packaging : véritable média sur le point de vente

Comprendre le fonctionnement du packaging

- Introduction au packaging : appréhender les rôles multiples du packaging
- Élaborer des stratégies efficientes et centrées sur le client
- Quelques principes incontournables pour un packaging efficace

La création d'un packaging

- Quels objectifs conceptuels pour un bon packaging ?
- Identifier les codes packaging / marché
- Comment traduire graphiquement la promesse produit ?
- Mieux communiquer les avantages produits
- Le contenu rédactionnel
- L'importance des visuels : photos ou illustrations
- Le packaging et les couleurs
- Interaction du packaging et du merchandising
- Comment les faiblesses de vos packagings profitent à vos concurrents ?

Le packaging : un véritable média sur le point de vente

- Le packaging comme « social » média
- Packaging et publicité / interaction avec la communication digitale
- Les 10 principes d'une bonne communication packaging

CAS PRATIQUE Études de cas à travers des exemples de démarches de créations packaging

2E JOUR

Comment créer un bon brief packaging

- Maîtriser tous les éléments du brief
- Connaître les contraintes légales de dépôt et des droits d'auteur
- Les intervenants du monde du packaging
- Piloter les intervenants extérieurs
- Comment organiser efficacement une compétition d'agences
- Évaluer les propositions créatives
- Optimiser le travail de création ou d'exécution réalisés en interne

Changer de concept d'emballage

- Nouveau design volume packaging : quelles en sont les conséquences pour sa mise en œuvre à l'usine

Comprendre les étapes de la chaîne graphique

- Maîtriser l'ensemble des techniques

CAS PRATIQUE

Exercice

- Exercice sur la base du déroulement des étapes de réalisation de Pack selon process

Approche internationale du packaging

- Les packagings et l'international
- Gérer ses packagings dans un contexte de mondialisation
- Menaces et opportunités de l'internationalisation des marchés

La mesure des performances

- Etudes et tests packagings

Le packaging en mode gestion de projet

- Planning et budget

Le dernier mètre...

Dates

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

- **Modalités pédagogiques:**

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

- **Modalités d'évaluation:**

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

- **Modalités techniques FOAD:**

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.