

Marketing du Luxe et du Premium en Afrique : codes, distribution et expérience client pour les marques haut de gamme

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-du-luxe-et-du-premium-en-afrique-codes-distribution-et-experience-client-pour-les-marques-haut-de-gamme

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR110

CATÉGORIE
Marketing du Luxe, Beauté et Artisanat d'Art

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les spécificités du Marketing du Luxe et du Premium sur les marchés africains.
- Maîtriser les codes fondamentaux du luxe et les mécanismes de création de désirabilité.
- Identifier et segmenter les différentes catégories de consommateurs haut de gamme en Afrique.
- Construire un positionnement premium différenciant et une proposition de valeur à forte valeur perçue.
- Développer une identité de marque et un storytelling intégrant intelligemment les références culturelles africaines.
- Concevoir une stratégie de distribution sélective permettant de préserver l’exclusivité et le contrôle de la marque.
- Optimiser l’expérience en boutique, le Retail Design et les dispositifs de Clienteling personnalisé.
- Déployer des stratégies digitales, Social Media, influence et E-commerce adaptées aux exigences du luxe.
- Construire une politique de pricing premium cohérente avec la valeur perçue, la rareté et le positionnement.
- Concevoir des événements et expériences exclusives capables de renforcer la désirabilité et l’attachement à la marque.
- Développer des stratégies de fidélisation et de gestion des clientèles VIP à forte valeur.
- Exploiter la Data et le CRM pour personnaliser l’expérience tout en préservant la confidentialité des clients.
- Identifier les marchés africains prioritaires et construire une stratégie d’expansion adaptée.
- Élaborer une stratégie intégrée permettant de développer simultanément désirabilité, expérience client, croissance et rentabilité.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Généraux et dirigeants de marques de luxe et premium.
- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Brand Management.
- Directeurs Retail et responsables réseau de distribution haut de gamme.
- Responsables Merchandising, Visual Merchandising et Retail Design.
- Responsables Customer Experience, Clienteling et CRM.
- Responsables Communication, Relations Publiques et Brand Content.
- Responsables Digital Marketing, Social Media, Influence et E-commerce.
- Responsables Business Development et développement international.
- Responsables Trade Marketing, distribution sélective et partenariats stratégiques.
- Responsables événements, expérience de marque et activations premium.
- Consultants en stratégie de marque, luxe, retail et expérience client.
- Entrepreneurs et dirigeants développant des marques africaines haut de gamme.
- Cadres des secteurs de la mode, beauté, joaillerie, automobile, hôtellerie, immobilier et services premium.
- Professionnels souhaitant développer ou repositionner une marque de luxe ou premium sur les marchés africains.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing du Luxe et du Premium en Afrique

- Comprendre les spécificités du marché du luxe et du premium et leurs évolutions sur les marchés africains.
- Identifier les différences entre luxe, premium, masstige et montée en gamme.
- Analyser les facteurs culturels, économiques et sociaux influençant la consommation des produits haut de gamme en Afrique.

2 / Codes du Luxe et construction du désir de marque

- Maîtriser les codes fondamentaux du luxe : exclusivité, rareté, héritage, savoir-faire, symbolique et prestige.
- Construire une perception de valeur supérieure reposant sur l'émotion, l'identité et le statut.
- Éviter la banalisation de la marque en maîtrisant disponibilité, visibilité et fréquence de communication.

3 / Consumer Insights et segmentation de la clientèle haut de gamme

- Identifier les différents profils de consommateurs du luxe et du premium sur les marchés africains.
- Segmenter les clients selon leur pouvoir d'achat, motivations, comportements, aspirations et valeur potentielle.
- Analyser les nouvelles générations de consommateurs aisés et leur rapport aux marques internationales et africaines.

4 / Positionnement et stratégie de marque haut de gamme

- Construire un positionnement distinctif capable de créer une forte valeur perçue.
- Développer une proposition de valeur combinant qualité, exclusivité, design, expérience et storytelling.

Maroc Performance

- Adapter le positionnement aux spécificités de chaque marché tout en préservant les codes fondamentaux de la marque.

5 / Branding, storytelling et identité culturelle africaine

- Construire des récits de marque capables de valoriser l'origine, le savoir-faire, la créativité et l'héritage culturel.
- Intégrer les références africaines dans l'identité de marque sans tomber dans les clichés ou l'appropriation superficielle.
- Développer une identité visuelle, verbale et expérientielle cohérente avec les standards internationaux du luxe.

6 / Distribution sélective et stratégie de présence

- Concevoir une stratégie de distribution adaptée aux exigences du luxe : sélectivité, contrôle, exclusivité et qualité de présentation.
- Évaluer les réseaux de boutiques, concept stores, grands magasins, hôtels, distributeurs spécialisés et plateformes digitales.
- Déterminer le niveau optimal de couverture géographique afin de préserver la rareté et la désirabilité.

7 / Retail Design et expérience en point de vente

- Concevoir des espaces de vente reflétant les codes, l'univers et le positionnement de la marque.
- Optimiser l'architecture, le merchandising, l'accueil, la scénographie et les interactions avec les clients.
- Créer une expérience immersive permettant de transformer l'acte d'achat en expérience de marque.

8 / Expérience client et Clienteling personnalisé

- Construire des parcours clients personnalisés pour les consommateurs à forte valeur.
- Développer des pratiques de clienteling, suivi relationnel, invitations privées et services exclusifs.
- Utiliser la Data client pour anticiper les besoins tout en respectant les exigences de confidentialité et de discrétion.

9 / Digital, Social Media et influence dans le Luxe

Maroc Performance

- Développer une présence digitale permettant d’accroître le désir de marque sans compromettre son exclusivité.
- Exploiter Instagram, TikTok, influence, contenus premium et storytelling digital pour toucher les nouvelles générations.
- Sélectionner des créateurs, ambassadeurs et partenaires capables de renforcer la crédibilité et l’image haut de gamme.

10 / E-commerce et Omnicanal Premium

- Concevoir une expérience e-commerce cohérente avec les standards d’un parcours luxe et premium.
- Connecter boutiques physiques, plateformes digitales, CRM, réseaux sociaux et services personnalisés.
- Développer des dispositifs omnicanaux permettant de préserver la qualité de l’expérience à chaque point de contact.

11 / Pricing, valeur perçue et stratégie de montée en gamme

- Définir une politique tarifaire cohérente avec le positionnement, la rareté et la valeur perçue de la marque.
- Maîtriser les mécanismes de pricing premium, éditions limitées, collections exclusives et offres personnalisées.
- Éviter les stratégies promotionnelles susceptibles de dégrader la perception de valeur et le capital de marque.

12 / Communication, événements et expériences exclusives

- Concevoir des événements privés, lancements, pop-up stores et expériences immersives destinés aux clientèles premium.
- Développer des partenariats avec l’hôtellerie haut de gamme, l’art, la culture, la gastronomie et les événements prestigieux.
- Créer des expériences générant désirabilité, bouche-à-oreille et sentiment d’appartenance à un univers exclusif.

13 / Fidélisation, VIP et gestion des communautés haut de gamme

- Construire des programmes relationnels adaptés aux clients VIP et aux segments à forte valeur.
- Développer des communautés exclusives, clubs privés, programmes ambassadeurs et expériences réservées.
- Mesurer la Customer Lifetime Value et optimiser la rétention, la fréquence d’achat et la recommandation.

Merlot Performance

14 / Stratégie de développement du Luxe et du Premium en Afrique

- Identifier les marchés africains prioritaires et les opportunités de croissance pour les marques haut de gamme.
- Construire une stratégie combinant positionnement, distribution sélective, expérience client, digital et développement local.
- Élaborer une feuille de route permettant de développer durablement la désirabilité, la rentabilité et le capital de marque en Afrique.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

23 Nov. au 04 Déc. 2026	Présentiel -
12 au 25 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
08 au 19 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
03 au 14 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
28 Juin au 09 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés