

**SAVE THE DATE**



**POP-UP STORE LIFESTYLE**  
EN PLEIN COEUR DE MIAMI

**DU 13 AU 17 NOVEMBRE 2019,**  
**LE CONCEPT STORE QUI DÉNICHE LE MEILLEUR**  
**DES MARQUES ART DE VIVRE DES OUTRE-MER:**  
**BEAUTÉ, MODE, ACCESSOIRES ET DÉCORATION**



DESCRIPTIF DES OFFRES	MONTANT HT	MONTANT TTC
<p><b>POUR LES SOCIETES SELECTIONNEES :</b></p> <p><b>Phase 1 : Coaching et préparation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Aide à la sélection des produits et conseils logistiques</li> <li>➢ Sensibilisation à la pratique des affaires</li> <li>➢ Diagnostic communication</li> </ul> <p><b>Phase 2 : Pop-Up Store Miami</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Location emplacement et prestataire local</li> <li>➢ Encadrement du prestataire pour la mise en place du pop up store et la sélection de prestataires (équipe de vente, espace, etc.)</li> <li>➢ Recueil de devis et coordination</li> <li>➢ Organisation d'un cocktail d'accueil pour l'ouverture du pop-up</li> <li>➢ Equipe de vente</li> <li>➢ Suivi local de la prestation</li> </ul> <p><b>Phase 3 : Communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Identification, qualification et invitation de journalistes et influenceurs locaux lors de l'ouverture du pop-up notamment</li> <li>➢ Campagne de communication en ligne</li> <li>➢ Réalisation des supports de communication et envoi de l'invitation (dossier, communiqué de presse et invitation)</li> <li>➢ Rédaction et diffusion d'un communiqué de presse afin d'informer les organes de presse floridiens sur le pop-up, les entreprises présentes et le secteur de l'art de vivre à la française</li> <li>➢ Diffusion d'un message ciblé sur les réseaux sociaux (Twitter relayé par le Consulat de France)</li> <li>➢ Identification et approche de la communauté caribéenne (réseaux B2C et B2B)</li> <li>➢ Identification et qualification d'un fichier de clients potentiels, figures locales, VIP, journalistes et influenceurs locaux lors de l'ouverture du Pop-Up</li> <li>➢ Réalisation des supports de communication (dossier de presse, communiqué de presse et invitation) et envoi de l'invitation à la cible validée.</li> <li>➢ Utilisation des réseaux sociaux (facebook &amp; instagram) avant, pendant et après l'événement.           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'un hashtag dédié au lancement du pop-up à ajouter à tous les messages.</li> <li>• Photos de la préparation de votre boutique éphémère.</li> <li>• Page évènement sur Facebook</li> <li>• Publication des photos ou des live sur Instagram Story durant l'évènement</li> <li>• Création d'un album photo en ligne ou une courte vidéo à publier sur le site et sur les réseaux sociaux.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Phase 4 : Programme de rdvs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <b>Pour les entreprises ayant le potentiel seulement :</b> Identification, qualification et invitation de distributeurs et retailers</li> </ul>	<p>5 850 €</p> <p>325€/rdv</p>	<p>7 020 €</p>