

# Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe

 Durée de formation : 3 ans

 Niveau de sortie des études : Bac + 3

## CERTIFICATION ASSOCIÉE

### Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe

#### Descriptif

La France occupe traditionnellement une position exceptionnelle dans le monde en matière de mode, de création et de luxe. Référence incontournable de par sa créativité, sa capacité à imaginer les tendances, son potentiel de renouvellement, le luxe français participe au rayonnement de notre pays à l'international et constitue un des secteurs d'excellence de notre économie.

Dans ce contexte, la certification de "Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe" créée par Mod'Art international vise à former de futurs professionnels capables d'accompagner le développement des entreprises du secteur. Le Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe intervient aux côtés des directions stratégiques des marques de luxe pour créer et/ou améliorer leur image, conquérir de nouveaux marchés et fidéliser leur clients. Il évolue dans un environnement agile où l'innovation est omniprésente. Il accompagne la transformation du secteur et l'évolution des comportements des consommateurs, pour lesquels l'amélioration de l'expérience client et la prise en compte de la dimension RSE deviennent aujourd'hui incontournables.

La certification proposée par Mod'Art international a donc pour objectif de former de futurs professionnels capables d'accompagner les marques de mode et de luxe face à ces nouveaux enjeux.

#### Activités visées :

- Participation à la définition, avec l'équipe de direction, de la politique commerciale de l'entreprise
- Gestion et développement de l'offre produits
- Déploiement du plan d'action commerciale aux niveaux national et international
- Gestion prévisionnelle des ventes (wholesale, retail e-commerce)
- Gestion du merchandising
- Management commercial de la marque
- Innovation et détection des tendances
- Réalisation d'études de marché
- Participation à la création d'un plan de marketing opérationnel multicanal en adéquation avec l'identité de la marque
- Développement de la notoriété de la marque aux niveaux national et international
- Déploiement de la stratégie de communication digitale de la marque en cohérence avec ses codes et ses

valeurs

- Animation d'une communauté de consommateurs sur les réseaux
- Intégration d'une démarche RSE dans le plan de développement commercial de la marque
- Gestion de production et création d'une collection
- Mise en œuvre de la politique d'approvisionnement de l'entreprise en collaboration avec la direction générale et les différentes directions opérationnelles
- Gestion des relations fournisseurs au niveau national et international
- Gestion des stocks d'approvisionnements et de produits finis

## Objectifs

Participer à la gestion de l'offre produits de la marque en définissant une gamme de produits adaptée aux objectifs économiques et techniques (élargissement de gammes, lancement de nouveaux produits) pour accroître les perspectives de ventes de la marque.

- Proposer un plan d'action commerciale pour les produits de la marque en définissant les marchés cibles et les circuits de distribution, en fixant les prix de vente, et suggérant des actions de promotion et de communication pour accompagner le développement commercial de la marque.
- Identifier des marchés et des acteurs potentiels du développement économique et commercial de la marque en conduisant des actions de prospection adaptées aux niveaux national et international pour étoffer les réseaux d'approvisionnement et de distribution.
- Conduire des négociations, en Français ou en Anglais, auprès de partenaires commerciaux en tenant compte des contraintes budgétaires fixées par le plan d'action commerciale pour fixer les modalités d'approvisionnement des matières et de distribution des produits (conditions de prix, quantités, ristournes, délais de livraison et de paiement).
- Mettre en oeuvre une gestion prévisionnelle des ventes (wholesale, retail et e-commerce) en établissant un budget tenant compte de la saisonnalité et des objectifs définis pour optimiser les performances commerciales de la marque.
- Mettre en oeuvre la stratégie merchandising d'une marque de mode et de luxe en concevant des visuels et des supports d'aide à la vente à destination des équipes commerciales des boutiques, des corners et des showrooms du réseau pour optimiser les perspectives de ventes et d'accroissement du chiffre d'affaires.
- Soutenir le déploiement du plan d'action commerciale en mobilisant les équipes autour des objectifs fixés par la direction commerciale et en organisant le reporting pour garantir le respect des marges bénéficiaires.
- Entretenir une culture approfondie des marques du secteur de la mode et de luxe en collectant des informations sur leur histoire et leurs valeurs et en déployant une veille concurrentielle stratégique pour anticiper l'évolution des tendances et proposer des produits ou gammes de produits innovants.
- Réaliser des études de marché en analysant les informations spécifiques au secteur et aux produits commercialisés (part de marché, croissance du secteur) et les données internes à l'entreprise pour déterminer son positionnement et identifier des opportunités de développement.
- Identifier les besoins des consommateurs en conduisant des enquêtes de satisfaction clients pour améliorer l'offre produits et augmenter les perspectives de croissance...

## Débouchés

### Secteurs d'activités :

Le « Responsable marketing et commercial de la mode et du luxe » exerce principalement son activité au sein d'entreprises (PME, grandes entreprises ou filiales de groupes) installées principalement en France mais également à l'étranger et évoluant dans le secteur du prêt-à-porter, de la maroquinerie et du luxe. Il exerce au sein de services marketing, commercial ou achats et apporte son soutien aux directions en place dans la mise en

Assurer des objectifs stratégiques définis.

#### Type d'emplois accessibles :

- Au sein d'un service Marketing : Chef de produit - Responsable Marketing - Responsable de marque - Responsable de licences - Responsable Relations publiques / PR
- Au sein d'un service Commercial (au niveau national et international) : Responsable commercial - Retail manager - Responsable des ventes - Responsable de marché - Responsable de zone export
- Au sein d'un service Achats : Acheteur - Responsable des achats

## OÙ SE FORMER ?

	Rythme & durée	Lieu
École internationale de marketing du luxe - Réseau GES (EIML)		Paris
Modart International		Paris