

Nouveaux territoires du luxe

Mardi 28 & mercredi 29 mai 2019

Mardi 8 & mercredi 9 octobre 2019

Valeur sûre et performante, le luxe s'impose dans tous les univers de consommation. Le positionnement luxe peut être créateur de valeur pour l'entreprise ou la marque pour peu qu'elle en maîtrise les codes et les leviers émotionnels. Inséparable de l'époque dans laquelle il s'épanouit, il possède néanmoins des constantes, et obéit à des règles. Hors du « commun », il requiert un langage autre que celui qui est usuel et quotidien.

Ce séminaire propose une immersion dans l'univers du luxe sous des angles complémentaires : historique, économique, marketing, communication. Il fait aussi une large part aux problématiques et enjeux à venir : internationalisation, stratégies de diversification...

Avec Jean-Michel Bertrand, consultant, professeur - ENSAD, professeur associé - IFM, Franck Delpal, responsable de programme / IFM ENTREPRENEURS

Programme

Qu'est-ce que le luxe ?

Les valeurs et les codes du luxe

La distinction luxe vs haut de gamme

La nouvelle donne liée aux réalités des marchés

La rhétorique des marques de luxe : valeur immatérielle et récit de marque

La mise à distance et la construction du désir

Le récit de marque entre distance et appropriation

Conserver son aura lors de la vente : le rôle du service

Business models et strategies

Acteurs et marchés

Les dimensions stratégiques de l'industrie du luxe

Les facteurs clés de succès dans le luxe

Les modèles d'affaires dans la mode et au-delà

Les nouvelles formes et nouveaux territoires du luxe

L'exclusif et le « me power »

Luxe et simplicité ?

Le pouvoir des amateurs : luxe « qualitatif »

Luxe et éthique

Professionnels concernés

Directeurs généraux, directeurs et responsables marketing, directeurs et responsables communication, directeurs et responsables commerciaux, acheteurs.

Méthodes pédagogiques

Exposés permettant d'aborder le luxe sous des angles complémentaires : historique, économique, marketing, communication.

Modalités de validation des acquis

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

Lieu : Institut Français de la Mode - 36 quai d'Austerlitz 75013 Paris

Durée : 2 jours - 9h30 / 18h00 (14 heures)

Coût : 1 900 € HT / 2 280 € TTC

Pour financer votre formation, vous pouvez faire appel au plan de financement de l'entreprise, aux OPCA ou à un financement personnel.