

Stratégie merchandising mode et luxe

Jeudi 28 & vendredi 29 octobre 2021

Jeudi 10 & vendredi 11 février 2022

Jeudi 30 juin & vendredi 1^{er} juillet 2022

Jeudi 20 & vendredi 21 octobre 2022

Collection merchandising, Retail & E-com, Wholesale merchandising, comment les fonctions Merchandising intègrent-elles le client au cœur de leur stratégie ?

Objectifs

Tout connaître du merchandising pratiqué par les marques mode et luxe et la méthodologie pour mettre le client au cœur de la stratégie et de l'organisation.

Connaître le rôle du merchandiser, ses outils et ses interactions à chaque étape : collection, retail, e-commerce, wholesale, visuel merchandising.

Avec Tancrede de Lalun, consultant

Programme

Global Merchandising : du client au produit et du produit au client

Les éléments clients, distribution et collection sont interconnectés

D'un business en push vers un modèle pull, quel est le bon équilibre selon la marque ?

Collection merchandising

Comment intégrer le client et le marché dans le processus créatif ?

L'équilibre des pouvoirs entre le merchandising et le studio de création suivant les business models. Comment dialoguer avec un designer et un studio de création ?

Quelles méthodes, outils et processus à mettre en place, du brief au showroom ?

Quels rythmes donner aux collections ?

Comment coordonner en mode 360° les collections et le plan marketing ?

Retail & E-com et Wholesale merchandising

Retail / wholesale, Digital / physique, BtoB / BtoC, du Cross canal à l'Omnicanal vers le no canal, comment conjuguer les canaux de distribution ?

Quel équilibre entre besoin local, demandes des marchés et cohérence internationale ?

Décentralisation ou ultra centralisation, quelle est la bonne méthode ?

Clustering retail et structuration de l'offre : quelles implications de l'omnicanal sur l'organisation et les processus ?

Exercice : comment briefer le studio sur un besoin marché ?

Professionnels concernés

Directeurs et responsables de l'offre, directeurs et responsables achat, directeurs et responsables de marché, merchandisers / acheteurs, category managers, directeurs et responsables de collection.

Méthode pédagogique

La formation alternera apports théoriques et ateliers avec cas pratiques et mises en situation.

Modalités de validation des acquis

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

Lieu : Institut Français de la Mode - 34 quai d'Austerlitz 75013 Paris

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

Coût : 2 150 € HT / 2 580 € TTC

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