

DYNAMIQUE DE LA CRÉATIVITÉ

MARDI 18 & MERCREDI 19 SEPTEMBRE 2012

*Lorsque la conjoncture est difficile, les entreprises doivent **donner la priorité à la créativité et l'innovation**. Résolument pragmatique, ce séminaire a pour objectif de stimuler la créativité et l'esprit d'innovation.*

*A destination des stylistes et responsables marketing, ce séminaire vous offre une **approche outillante** pour vous permettre de **développer un marketing prospectif et créatif et ajuster votre offre produit**.*

Avec **Jean-Michel BERTRAND**, consultant, professeur - ENSAD, professeur associé - IFM,
Sandrine PANNETIER-RENAULT, directrice générale - Martine Leherpeur Conseil

PROGRAMME

LA CRÉATIVITÉ, UN ENJEU INCONTOURNABLE POUR L'ENTREPRISE

Dimension et enjeux

De la nécessité d'un marketing créatif et prospectif

CRÉATION ET CRÉATIVITÉ

Quels sont les processus créatifs utilisés ?

Quelles en sont les caractéristiques ?

Analogie, humour, décalage... Comment jouer des codes pour développer une position de créateur ?

Exercices d'application

LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA CRÉATIVITÉ

Explorer

Générer des idées

Sélectionner des axes de création et d'innovation

Mettre en œuvre

DE LA CRÉATIVITÉ À LA CRÉATION DU PRODUIT

Le processus de marketing créatif : présentation et exercices d'application

De l'air du temps à la tendance

De la tendance au concept de nouveau produit

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs et responsables marketing, directeurs et responsables de collection, stylistes, chefs de produit.

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Alternance d'analyse, de méthodologie et d'exercices d'application.

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 - 9h00 / 17h30 (14 heures)

COÛT : 1 550 € HT

Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.