

DÉCRYPTER L'AIR DU TEMPS

MARDI 29 & MERCREDI 30 MAI 2012

JEUDI 11 & VENDREDI 12 OCTOBRE 2012

L'air du temps se ressent, mais il peut aussi se comprendre, se décrypter. L'air du temps est la conjugaison de l'actualité de la création, arts plastiques, art contemporain, architecture, mode, design, gastronomie... mais pas seulement.

Vous souhaitez que votre marque soit en phase avec l'air du temps, ce séminaire vous permettra d'acquérir une méthodologie pour construire vos grilles d'analyse et optimiser le pilotage de votre marque.

OBJECTIFS

Comprendre la notion d'air du temps et son fonctionnement.
Savoir où et comment collecter les informations qui font l'air du temps.
Savoir conjuguer marque et air du temps.

Avec **Sandrine PANNETIER-RENAULT**, directrice générale - Martine Leherpeur Conseil

PROGRAMME

OU SONT LES TENDANCES ? SOURCES ET DIFFUSION

Les émetteurs
La diffusion
Les cycles de tendances
Quelles tendances pour quelle cible ?

COMMENT LES COLLECTER ? OBSERVER / DÉCODER

L'international : les villes à suivre, à chacun son rôle
La cartographie des quartiers de tendances à Paris
Les magazines : atelier
Le web : comment être efficace ?
Acheter des informations, auprès de qui ?
L'état de veille permanente

TENDANCES ET MARQUE : SAVOIR METTRE EN PERSPECTIVE

Prendre de la distance
Identifier les nouvelles cibles qui comptent, les évolutions du marché
Identifier les évolutions de discours
La conjugaison air du temps / marque
Les indicateurs pertinents
Choisir les bons filtres

LES CLEFS DU SUCCÈS : FORMALISER ET S'INSCRIRE DANS LA DURÉE

Le document synthèse de référence : format et publics
Les réunions internes
Les interventions extérieures ponctuelles

WORKSHOP : APPLICATION OPÉRATIONNELLE

Comment placer les curseurs de marque ?
La production de nouveaux concepts : le cross gender

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Chefs de produits, acheteurs, responsables de collection, stylistes et plus largement tous les professionnels en prise avec la marque et la construction de l'offre (direction, marketing, communication, production, informatique...).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposés, workshop.

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.