

PLAN DE COLLECTION

MERCREDI 9 & JEUDI 10 MAI 2012

MARDI 16 & MERCREDI 17 OCTOBRE 2012

Si la marque s'inscrit et se construit dans la continuité, la saison introduit changement et éphémère. Au prix d'un savant équilibre, le plan de collection doit prendre en compte ces deux dimensions. Il s'établit ainsi en fonction du marché, des tendances et de l'identité de sa marque.

*Ce séminaire vous invite à **considérer le plan de collection sous un angle stratégique : comme outil majeur pour le positionnement des produits et le pilotage des collections.***

OBJECTIF

Maîtriser un outil indispensable pour le positionnement des produits et le pilotage des collections.

Avec **Patricia ROMATET**, consultant, professeur de marketing produit, directeur IFM / ETUDES & CONSEIL

PROGRAMME

LES PREALABLES A L'ETABLISSEMENT DU PLAN DE COLLECTION

Les analyses quantitatives externes et internes : étude des performances de la marque, de l'enseigne...

Les analyses qualitatives : décryptage de l'évolution des marchés et des consommateurs, suivi de l'environnement concurrentiel...

LE MODE DE CONSTRUCTION DU PLAN DE COLLECTION

Les corrélations entre marque, enseigne et plan de collection : positionnements sur les marchés, poids respectif de la créativité et du marketing

Les fondamentaux du plan de collection : cibles et segmentation de l'offre, recommandations de la gamme de prix...

LA DYNAMIQUE DU PLAN DE COLLECTION ET SON PILOTAGE AU COURS DE LA SAISON

WORKSHOP

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Stylistes, directeurs et responsables de collection, chefs de produits, acheteurs et toute personne en rapport avec l'élaboration des collections (production, informatique, juridique...).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alternera des apports d'éléments méthodologiques et des applications pratiques de construction de plans de collections.

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.