

STRATÉGIE PRODUIT

MARDI 12 & MERCREDI 13 JUIN 2012

JEUDI 8 & VENDREDI 9 NOVEMBRE 2012

Comment construire une stratégie de marque efficace en sortant des sentiers battus ? Comment faire évoluer son offre produit pour la rendre attractive ? Autant de questions récurrentes mais centrales !

*Ce séminaire propose de jouer l'atout de la mode : **un marketing sensible, sophistiqué, volontiers créatif.** Il inscrit cette approche originale dans une démarche globale et cohérente, fondée sur une méthodologie rigoureuse. **Vous désirez faire évoluer votre stratégie produit : nous vous proposons d'accompagner votre réflexion grâce à la mise en pratique de méthodes appropriées.***

OBJECTIF

Acquérir les outils et la méthodologie pour mettre en œuvre une stratégie produit créative et efficace.

Avec **Martine LEHERPEUR**, directeur - Martine Leherpeur Conseil, professeur associé - IFM

PROGRAMME

L'AIR DU TEMPS, BASE DE CONSTRUCTION DE L'OFFRE PRODUIT

Un outil d'innovation et de détection des tendances

MÉTHODOLOGIE DE LA STRATÉGIE PRODUIT

Etablissement du brief

Analyse du contexte

Définition du concept

Construction du plan de collection

L'environnement produit

ÉTUDE DE CAS : UNE STRATÉGIE GLOBALE PRODUIT / MARCHÉ / MARQUE

Brief portant sur le problème à résoudre

Analyse des contextes interne et externe à l'entreprise

Présentation des forces et faiblesses du positionnement du produit

Réalisation d'un portrait du marché-cible sous forme de concept-board

Définition d'un nouveau concept stratégique et mise en forme visuelle

Définition d'un plan de collection

Conclusion et synthèse

PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs et responsables marketing, chefs de produits, acheteurs, directeurs et responsables collection, stylistes.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation alternera concepts généraux et applications pratiques : échanges, débats et mises en situations concrètes.

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.