

ECOLE DE LA CHAMBRE SYNDICALE *de la couture parisienne*

DEVELOPPEMENT PRODUIT MODE

L'accélération des collections et la multiplication des canaux de distribution et de communication actuels demandent désormais un management de la marque et des collections du point de vue du consommateur dans un souci de cohérence.

Elargir une gamme, lancer un nouveau produit, modifier les prix, entrer dans un nouveau réseau de distribution, choisir un emplacement pour une boutique à l'enseigne, décider d'une architecture, concevoir les vitrines sont, parmi d'autres, des décisions ayant des conséquences directes sur la perception de la marque par le consommateur.

L'offre de la marque devient un « package » dans lequel tous les éléments jouent à égalité : stylistes, merchandisers, publicitaires, et responsables de point de vente travaillent ensemble à la conception d'une même image finale.

Ainsi, le séquencing traditionnel en étapes successives (création/développement/fabrication/mise en scène/communication) se transforme en logique systémique, en toile d'araignée, avec la marque et le point de vente au centre.

■ PLAN DETAILLE

L'identité du produit : La marque - Le récit de marque est la forme épique de l'ADN d'une marque - Définition de la marque - Les challenges du marché d'aujourd'hui (L'accélération, l'internationalisation)

Le processus de collection, le plan de collection : La définition de la cliente/le client, et des ses attentes - La définition des attentes des consommateurs - Décrypter l'air du temps - Les codes stylistiques – Segmentation

Les achats (matière d'œuvre, produits, services nécessaires à la production des collections), les négociations prix/marges : Produit – Merchandising - Gestion

Le rôle du développeur produit

Connaissance technique du vêtement : Le retour au produit - Le produit redevient roi, c'est le premier facteur d'accès à la marque - Le bien-être du vêtement

L'organisation et le suivi de la production

La définition, la mise en œuvre et le contrôle de la qualité

Etude de cas

ECOLE DE LA CHAMBRE SYNDICALE *de la couture parisienne*

DEVELOPPEMENT PRODUIT MODE

■ PERSONNES CONCERNEES

Chefs de produit, stylistes, directeurs et responsables de collection, responsables point de vente, merchandisers, toute personne en rapport avec l'élaboration des collections

■ DUREE & LIEU

2 journées de 7 heures
Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne,
119 rue Réaumur 75002 PARIS

■ INTERVENANTE :

Yvonne de BRUYN, Directrice de l'Offre IKKS Women

■ Contact

Milia Zoghbi : tel 01 42 61 00 77 - milia@modeaparis.com

Stages intra-entreprises

Les programmes sont conçus en fonction des besoins spécifiques des entreprises

Ce programme est éligible au DIF, droit individuel à la formation. Il n'est organisé qu'à partir d'un nombre de 8 stagiaires inscrits