

Responsable de stratégie marketing et communication mode

Certifiante

Formation continue.

Réf. : 24147238F — Mise à jour : 17 août 2026

Organisme responsable : ESMOD RENNES

Contenu

Objectifs

Compétences attestées

Participer au choix des études à conduire sur le marché de sa marque de mode

Organiser, Réaliser ou piloter la réalisation d'études

Analyser les évolutions sociétales, règlementaires et technologiques

Évaluer les stratégies des concurrents directs et indirects

Interpréter les tendances, évolutions des attentes, comportements d'achat des consommateurs de produits de mode

Établir les rapports d'analyse et de synthèse des études réalisées

Proposer des hypothèses et scénarii d'évolution de l'offre produits de la marque et de leur mise à disposition sur le marché

Déterminer les actions à mettre en oeuvre dans le cadre des objectifs stratégiques marketing arrêtés

Déterminer cible, positionnement et l'assortiment de produits de mode à développer

Proposer des gammes de prix pour les collections de produits de mode

Sélectionner les actions de communication à mettre en oeuvre

Établir les conditions de distribution omnicanale

Élaborer le budget alloué

Planifier la mobilisation des moyens et ressources à mettre en oeuvre pour réaliser le plan marketing opérationnel

Élaborer les tableaux de bord digitalisés de suivi et d'évaluation des performances

Formaliser le plan marketing opérationnel

Concevoir une campagne de communication cross-canal

Définir la ligne éditoriale de la campagne de communication cross-canal

Concevoir une opération de communication événementielle

Déterminer les outils de communication à réaliser Formaliser les briefs technique ou créatif

Rechercher et sélectionner les prestataires nécessaires à la réalisation des outils et actions de communication sur différents canaux

Réaliser ou commanditer la réalisation des contenus de communication de la marque de mode sur des supports physiques et digitaux

Suivre la mise en oeuvre des actions de communication sur les différents canaux physiques et digitaux

Assurer la gestion du budget alloué aux différentes actions de communication

Évaluer l'impact des actions de communication mises en oeuvre sur les différents canaux

Gérer les commandes des distributeurs indépendants et contrôler les niveaux de stocks pour son réseau en propre selon les différents canaux physique et digitaux

Sélectionner les références à commercialiser dans les différents espaces commerciaux physiques et digitaux

Piloter la mise en oeuvre des actions promotionnelles sur les points de vente physiques et digitaux

Piloter le développement des ventes des produits de la marque

Organiser l'animation de la relation client avec les consommateurs

Évaluer l'expérience et la satisfaction des clients
Mesurer l'évolution des ventes des produits de la marque

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée Aucun prérequis	Niveau de sortie Niveau Licence, Licence pro, BUT - Bac +3 et +4
------------------------------------	---

Liste des certifications

Responsable de stratégie marketing et communication mode Code RNCP : 39846

Métiers associés

- E1103 — Communication
- E1401 — Développement et promotion publicitaire
- M1705 — Marketing

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2130004	Présentiel	Rennes	05/10/2025	30/07/2026

Source : GREF Bretagne #24147238F