

Responsable de stratégie marketing et communication mode 2ème année

Certifiante

Formation continue.

Réf. : 25188566F — Mise à jour : 17 août 2026

Organisme responsable : ESMOD RENNES

Contenu

Objectifs

- Analyser le profil de la marque
- Analyser, identifier et intégrer les facteurs extérieurs
- Évaluer l'état du marché visé et les stratégies des concurrents directs et indirects qui y sont déployées
- Présenter de façon synthétique des diagnostics fondés sur des données factuelles, objectives et documentées en miroir des éléments constitutifs de la marque
- Planifier la mobilisation des actions, moyens et ressources à mettre en œuvre
- Mesurer en continu l'avancement du projet
- Établir et assurer une communication claire et régulière auprès des acteurs internes ou externes identifiés en charge des actions à réaliser
- Assurer la gestion du budget alloué aux différentes étapes de la mise en œuvre du projet
- Argumenter et justifier de manière précise la stratégie de collection au regard de l'ADN de la marque, ses valeurs, mission et vision et de la cible consommateur visée
- Déterminer la structure et le positionnement de la collection à développer
- Déterminer la politique de prix pour la collection à développer, et les stratégies à adopter
- Élaborer le plan de collection chiffré de la marque
- Élaborer le descriptif technique des produits de la collection - fiches techniques
- Préconiser les types de distribution pour l'implantation de la marque sur un nouveau marché
- Justifier la pertinence des types de distribution sélectionnés en fonction de l'approche de vente retenue (D to C, B to C, B to B) et de critères économiques
- Déterminer la particularité de l'expérience client des consommateurs de la marque de mode, notamment les personnes en situation de handicap
- Déterminer les politiques CRM différentes à mettre en place selon les typologies des communautés clients ciblées en termes de comportement, d'attentes, de CSP, de positionnements géographiques, de genres, d'ethnicités et de handicaps
- Spécifier l'image souhaitée de la marque à travers son approche marketing produit-prix mais aussi sa singularité, vision, mission et les valeurs qu'elle porte
- Élaborer le brief créatif de la campagne de communication
- Concevoir une campagne de communication
- Définir les modalités et spécificités d'une opération de communication événementielle en lien avec le développement envisagé de la marque de mode
- Définir les canaux de communication digitale spécifiques et identifier les prescripteurs et influenceurs à associer à l'image de la marque de mode

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
2130241	Présentiel	Rennes	05/10/2025	30/07/2026

Source : GREF Bretagne #25188566F