

Manager du marketing et du développement de produits de Mode

RNCP36047 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	240
Formacode(s)	45075
Code(s) ROME	M1705, E1103
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	24/11/2021
Date d'échéance	24/11/2024

Certificateur(s)

MODE ESTAH · SIRET : 38041279100036

IFA Paris - International Fashion Academy

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Depuis 1991, Mode'Estah met en œuvre des formations en alternance afin de répondre aux besoins en compétences exprimés de façon croissante par les professionnels des secteurs du Textile Habillement et du Luxe. Nous avons toujours été soucieux de répondre à la demande du marché en formant des professionnels de la mode dotés d'une forte culture et d'une solide connaissance du secteur, de ses produits et de ses enjeux, tant au niveau national qu'à l'international.

Dans le marché de l'emploi actuel, les tendances émergentes comme les nouvelles technologies de l'information et de la communication nous ont amenés, depuis quelques années déjà, à intégrer le digital dans le contenu de nos programmes. Il s'agit, pour les métiers stratégiques du Développement produit, du Marketing et de la Communication, d'une évolution incontournable. Nous avons donc renforcé cette composante.

Nous mettons au centre de notre réflexion les problématiques du développement durable et la poursuite d'une mutation profonde, plus vertueuse, dans les modes de consommation : écoresponsabilité, Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, Made in France, recyclage, seconde main, location.

Formant ainsi de futurs professionnels agiles et familiarisés avec tous les outils et techniques métier, cette certification « Marketing Manager Développement Produit Mode » anticipe les besoins des entreprises de mode, secteur dont la valeur intrinsèque est une capacité perpétuelle au renouvellement allié à la compétence technique.

ACTIVITÉS VISÉES

Analyse des tendances et des stratégies du marché de la mode et du luxe dans le cadre du développement d'une marque ou d'un concept

- Réalisation d'une étude de marché dans le secteur de la mode, du design et du luxe
- Analyse des tendances du marché de la mode et du luxe
- Elaboration d'un diagnostic interne et externe des besoins, tendances et évolutions du marché de la mode et du luxe
- Analyse des pratiques des différents concurrents sur le marché de la mode et du luxe et développement d'une stratégie de benchmark

Création d'une marque ou d'un concept mode ou luxe à 360 degrés, de l'analyse de la concurrence jusqu'à la stratégie image

- Formalisation d'un business plan

afin d'évaluer les besoins en ressources matérielles, financières et humaines

- Construction d'une plateforme de marque au regard de l'étude de marché effectuée
- Conception d'un produit mode ou luxe et de son écosystème

Définition d'une stratégie marketing d'une marque ou d'un concept mode ou luxe

- Définition de la stratégie marketing et commerciale de la marque ou du concept mode ou luxe
- Elaboration du plan d'action et des objectifs en France et à l'international, en accord avec le positionnement de la marque ou du concept mode ou luxe
- Pilotage du merchandising online et offline d'une marque ou d'un concept mode ou luxe dans sa globalité jusqu'au prototype et à sa mise en valeur sur le marché

Construction des stratégies de communication et de marketing digital afin de promouvoir une marque ou un concept mode ou luxe

- Prise en compte des enjeux stratégiques dans le cadre d'un plan de communication et de marketing digital, élaboration du message et identification des cibles à atteindre sur un marché prédéfini
- Conception et formalisation des outils de communication et de marketing digital, développement de la visibilité de la marque ou du concept mode ou luxe sur les différents canaux de diffusion et média sociaux
- Conduite opérationnelle des différentes actions de communication, de marketing digital et analyse des retombées des différentes actions

Développement d'une stratégie de distribution afin de déployer la marque ou le concept mode ou luxe sur ses territoires et marchés, online, off-line et en phygital

- Elaboration d'outils, plateformes et services liés aux différents canaux de distribution dans le cadre d'une stratégie multicanale
- Mesure des performances des différentes actions mises en œuvre afin d'optimiser la logique de rentabilité et d'accroître le chiffre d'affaires de la marque ou du concept mode ou luxe
- Optimisation de l'expérience client online, offline et en phygital par la mise en place d'actions correctives

Management d'équipe dans le cadre de la création d'une entreprise de mode ou de luxe

- Mobilisation d'une équipe pour transmettre au niveau humain et opérationnel les objectifs à atteindre
- Encadrement d'équipe au travers d'une stratégie de management agile, collaboratif, transversal et interculturel
- Conduite d'actions favorisant la montée en compétences des collaborateurs

COMPÉTENCES ATTESTÉES

C1 Analyser les marchés cibles et les opportunités en mesurant l'attractivité, les problématiques des secteurs de la mode, du design, du luxe et écosystèmes connexes, afin de déterminer les comportements des utilisateurs cible.

C2 Analyser les tendances en anticipant celles à venir, en veillant à discerner l'évolution du marché d'un simple effet de mode afin de faire apparaître une stratégie claire dans un environnement spécifique.

C3 Réaliser une veille concurrentielle, juridique et technologique du marché de la mode et du luxe.

C4 Évaluer les aspirations actuelles et les dynamiques, les nouveaux besoins des clients et utilisateurs, de manière à développer l'innovation.

C5 Évaluer les forces et les faiblesses des marchés identifiés afin de déterminer les différentes actions à entreprendre et les stratégies à adopter.

C6 Qualifier l'impact des nouvelles tendances, notamment dans les domaines de l'éco-responsabilité, du développement durable, de l'éthique et de la RSE, en repérant les produits et services existants ou en cours de développement afin de proposer une offre intégrant ces paramètres.

C7 Identifier les acteurs du marché en prenant en considération les modes de consommation nouveaux ou à venir, afin de créer une stratégie à long terme.

C8 Construire une démarche entrepreneuriale ou intrapreneuriale en identifiant les différentes démarches administratives et étapes-clés de la création d'entreprise afin de s'assurer de la viabilité du projet.

C9 Formaliser le business plan et son prévisionnel dans l'optique de présenter son projet à d'éventuels partenaires financiers.

C10 Analyser le style de la marque ou du concept en se positionnant en termes de style afin de d'apporter une valeur ajoutée par rapport à la concurrence.

C11 Créer un storytelling (histoire, créateur, identité graphique) afin de promouvoir la marque ou le produit.

C12 Étudier la concurrence afin de se différencier par la recherche de détails stylistiques : originalité du sujet, implication sociétale, nouveauté de l'offre.

C13 Co-construire avec un créatif une collection ou un concept mode de sorte à respecter l'ADN de la marque.

C14 Piloter les shootings en respectant la charte graphique visuelle pour garantir l'image de marque sur les réseaux sociaux et sur le site internet.

C15 Élaborer un plan de financement, avec calcul d'un prix de revient, fixation des prix, calcul de la marge brute et de la marge nette, élaboration d'un compte de résultat, seuil de rentabilité et point mort dans le but de valider la viabilité du projet.

C16 Prendre en compte les axes de création de valeur, les objectifs opérationnels et les enjeux stratégiques afin de réaliser un diagnostic.

C17 Développer la stratégie marketing en segmentant le marché, en définissant les cibles, le portefeuille produits et service, le positionnement de l'offre et les acteurs majeurs du marché en fonction de l'environnement économique, afin de définir une offre concurrentielle.

C18 Définir des objectifs de vente réalistes en fonction des tendances du secteur de la mode et du luxe afin d'en déduire un budget achat et marketing.

C19 Exploiter les spécificités des sites en France et à l'international afin d'effectuer le positionnement de la marque.

C20 Construire un plan d'action adapté à sa structure en intégrant toutes les tâches opérationnelles afin de s'assurer de la réalisation dans les timing souhaités.

C21 Piloter un événement dans le cadre du lancement d'un produit, en définissant un lieu, en identifiant des prestataires adéquats, en établissant un budget d'une nouvelle collection ou d'un service.

Blocs de compétences

RNCP36047BC01 — Analyse des tendances et des stratégies du marché de la mode et du luxe dans le cadre du développement d'une marque ou d'un concept

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les marchés cibles et les opportunités en mesurant l'attractivité, les problématiques des secteurs de la mode, du design, du luxe et écosystèmes connexes, afin de déterminer les comportements des utilisateurs cible.
- Analyser les tendances en anticipant celles à venir, en veillant à discerner l'évolution du marché d'un simple effet de mode afin de faire apparaître une stratégie claire dans un environnement spécifique.
- Réaliser une veille concurrentielle, juridique et technologique du marché de la mode et du luxe.
- Évaluer les aspirations actuelles et les dynamiques, les nouveaux besoins des clients et utilisateurs, de manière à développer l'innovation.
- Évaluer les forces et les faiblesses des marchés identifiés afin de déterminer les différentes actions à entreprendre et les stratégies à adopter.
- Qualifier l'impact des nouvelles tendances, notamment dans les domaines de l'éco-responsabilité, du développement durable, de l'éthique et de la RSE, en repérant les produits et services existants ou en cours de développement afin de proposer une offre intégrant ces paramètres.
- Identifier les acteurs du marché en prenant en considération les modes de consommation nouveaux ou à venir, afin de créer une stratégie à long terme.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

A partir du cahier des charges d'une entreprise fictive ou de l'entreprise où s'est effectuée l'alternance, le candidat choisit un produit évoluant sur le marché du luxe et de la mode et réalise une étude en faisant ressortir les éléments suivants :

- Intensité concurrentielle
- Profils consommateurs et prospects
- Sourcing et savoir-faire disponibles
- Prospective et anticipation du marché

Présentation orale devant le Jury.

RNCP36047BC02 — Création d'une marque ou d'un concept mode ou luxe à 360 degrés, de l'analyse de la concurrence jusqu'à la stratégie image

LISTE DE COMPÉTENCES

- Construire une démarche entrepreneuriale ou intrapreneuriale en identifiant les différentes démarches administratives et étapes-clés de la création d'entreprise afin de s'assurer de la viabilité du projet.
- Formaliser le business plan et son prévisionnel dans l'optique de présenter son projet à d'éventuels partenaires

financiers.

- Analyser le style de la marque ou du concept en se positionnant en termes de style afin de d'apporter une valeur ajoutée par rapport à la concurrence.
- Créer un storytelling (histoire, créateur, identité graphique) afin de promouvoir la marque ou le produit.
- Étudier la concurrence afin de se différencier par la recherche de détails stylistiques : originalité du sujet, implication sociétale, nouveauté de l'offre.
- Co-construire avec un créatif une collection ou un concept mode de sorte à respecter l'ADN de la marque.
- Piloter les shootings en respectant la charte graphique visuelle pour garantir l'image de marque sur les réseaux sociaux et sur le site internet.
- Élaborer un plan de financement, avec calcul d'un prix de revient, fixation des prix, calcul de la marge brute et de la marge nette, élaboration d'un compte de résultat, seuil de rentabilité et point mort dans le but de valider la viabilité du projet.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Dans le contexte d'une entreprise fictive ou de l'entreprise où s'est effectuée l'alternance, le candidate réalise un business plan pour le développement d'une marque, le lancement d'une marque ou d'un concept de marque dans l'univers de la mode :

- Création d'un site marchand (simulé ou réel)
- Analyse de l'offre
- Définition de la cible
- Positionnement
- Etude de marché
- Stratégies de communication
- Merchandising
- Recrutements, partenariats
- Financement du projet

Présentation orale devant le jury avec Powerpoint à l'appui.

RNCP36047BC03 — Définition d'une stratégie marketing d'une marque ou d'un concept mode ou luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Prendre en compte les axes de création de valeur, les objectifs opérationnels et les enjeux stratégiques afin de réaliser un diagnostic.
- Développer la stratégie marketing en segmentant le marché, en définissant les cibles, le portefeuille produits et service, le positionnement de l'offre et les acteurs majeurs du marché en fonction de l'environnement économique, afin de définir une offre concurrentielle.
- Définir des objectifs de vente réalistes en fonction des tendances du secteur de la mode et du luxe afin d'en déduire un budget achat et marketing.
- Exploiter les spécificités des sites en France et à l'international afin d'effectuer le positionnement de la marque.
- Construire un plan d'action adapté à sa structure en intégrant toutes les tâches opérationnelles afin de s'assurer de la réalisation dans les timing souhaités.
- Piloter un événement dans le cadre du lancement d'un produit, en définissant un lieu, en identifiant des prestataires adéquats, en établissant un budget d'une nouvelle collection ou d'un service.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Le candidat choisit une marque de mode parmi celles proposées et élabore sa stratégie Marketing et Communication. Synthèse intégrée au Dossier professionnel remis en amont au Jury.
Présentation orale devant le jury avec Powerpoint à l'appui.

RNCP36047BC04 — Construction des stratégies de communication et de marketing digital afin de promouvoir une marque ou un concept mode ou luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Déployer, en s'appuyant sur le diagnostic réalisé, une stratégie de communication multicanale complète et innovante pour l'entreprise, afin de répondre aux besoins et à l'évolution rapide et constante de l'écosystème de la mode.
- Développer de nouveaux services et

produits digitaux afin de maximiser les points de contact entre le client et la marque.

- Concevoir la stratégie média et hors-média grâce à la connaissance des modalités d'achats d'espaces ainsi que des opérations digitales à mettre en œuvre afin d'obtenir les meilleurs retours sur investissements.
- Organiser la stratégie communautaire sur les plateformes internationales (Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Apple Music) et chinoises (Weibo, Wechat et XiaHongShu), afin d'intégrer la marque dans le paysage local.
- Développer une stratégie d'influence et de brand content afin d'amplifier la présence de la marque ou du concept sur les réseaux sociaux.
- Créer des assets digitaux (vidéo, photos, gifts) en les mettant au format montage vidéo afin de produire du contenu interactif (stories, reels, animation de grilles Instagram, etc.) générateur de trafic.
- Planifier en collaboration avec la direction commerciale les différentes phases de mise en œuvre des produits et/ou services mode ou luxe afin de réaliser les actions de suivi.
- Opérer le suivi et la conduite des différents projets dans le respect du cahier des charges afin de s'assurer de la tenue des délais et du budget du projet.
- Mesurer la performance par canal, en analysant le référencement, les études de trafic et les chiffres des ventes et en évaluant les retours sur investissement de manière à corriger et adapter le plan de communication, afin d'optimiser le retour sur investissement de chaque levier d'acquisition.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Dans le contexte d'une entreprise fictive ou de l'entreprise où s'est effectuée l'alternance, le candidat propose le projet concret et chiffré, réalisé à l'aide de l'un des logiciels de la suite Adobe, d'une opération de communication et/ou d'une campagne dont il/elle présente un brief. Projet intégré au Dossier professionnel remis en amont au Jury. Présentation orale devant le jury avec Powerpoint à l'appui.

RNCP36047BC05 — Développement d'une stratégie de distribution afin de déployer la marque ou le concept mode ou luxe sur ses territoires et marchés, online, off-line et en phygital

LISTE DE COMPÉTENCES

- Analyser les risques des différents canaux de distribution en évaluant leur performance afin de déterminer les priorités de la politique de distribution.
- Elaborer une stratégie en analysant les KPIs e-commerce afin de développer des plans d'optimisation de la performance dans une démarche d'amélioration continue.
- Développer un commerce phygital et une stratégie d'accompagnement de la phygitalisation (demand SCM, reverse SCM) en vue de stimuler le chiffre d'affaires.
- Définir une stratégie de relation client ATAWAD en animant un réseau de distribution performant afin de permettre un accès permanent au produit de la marque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas :

Dans le contexte d'une entreprise fictive ou de l'entreprise où s'est effectuée l'alternance, le candidat propose une étude concrète et chiffrée d'une stratégie de distribution articulée autour de 3 volets : points de vente physique, digital et phygital. Etude intégrée au Dossier professionnel remis au Jury. Présentation orale devant le Jury avec Powerpoint à l'appui.

RNCP36047BC06 — Management d'équipe dans le cadre de la création d'une entreprise de mode ou de luxe

LISTE DE COMPÉTENCES

- Coordonner les interactions entre les prestataires internes et externes en mobilisant les collaborateurs et partenaires afin d'assurer la gestion globale d'un projet.
- Fédérer des équipes en usant des principes du leadership afin de stimuler la productivité et la cohésion.
- Manager les générations Y et Z en tenant compte de leurs attentes et de leurs motivations en vue d'obtenir une implication maximale des collaborateurs.
- Activer les leviers de la motivation afin de mobiliser et d'encadrer avec agilité une équipe commerciale multiculturelle et internationale.
- Mettre en œuvre les techniques de communication interpersonnelle et interculturelle en développant les outils tels que l'elevator pitch et les soft skills afin d'initier des financements.
- Piloter la gestion des compétences en communiquant auprès des collaborateurs concernant les dispositifs de formation ou de transfert de connaissances afin de stimuler la motivation intrinsèque.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Séminaire de 3 demi-journées (évaluation individuelle)

Simulation de négociation en face à face avec des objectifs imposés

Animation d'un groupe de travail

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

A la confluence des secteurs de la mode, du design, du luxe et de la beauté, la sensibilité produit, le sens artistique et la vision créative vont de pair avec une excellente connaissance de l'environnement marketing des marques, des codes et des usages.

La certification Marketing Manager Développement Produit Mode vise à former des managers experts en marketing, en communication et en développement produits, qui seront connectés à leur environnement à la fois international et multiculturel, et seront à mêmes d'occuper leurs fonctions dans de très divers types d'entreprise : marques de mode, Maisons, groupes, centrales d'achat, DNVB (Digitally Native Vertical Brand), agences de communication et de conseil...

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Responsable du marketing digital

Responsable de l'innovation et de la stratégie web

Responsable marketing digital et e-business

Responsable du marketing produits web

Responsable marketing cross canal

Responsable marketing digital et réseaux sociaux

Responsable marketing opérationnel et communication

Responsable webmarketing

Responsable du marketing on-line

Responsable communication digitale

Responsable e-brand

Manager de la Communication

Manager Communication Digitale

Manager marketing/marketing Digital

Chef de projet/de produit marketing et digital/webmarketing

Responsable Développement Produits

Responsable des Achats

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 1 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 001 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible) U0X80 — Assistants de la communication · tension 1/5 (Très faible) U0X90 — Cadres de la communication · tension 1/5 (Très faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	14 455
Jugés difficiles à recruter	26 %

Emplois saisonniers	11 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique U0X80 — Assistants de la communication U0X90 — Cadres de la communication

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Certification de niveau 6 en commerce, communication ou équivalent.

Certification de niveau 6 général + 1 an d'expérience dans les secteurs de la mode, du design, du luxe, de la beauté, l'art de vivre.

COMPOSITION DU JURY — FORMATION INITIALE, FORMATION CONTINUE, APPRENTISSAGE, CONTRAT DE PROFESSIONNALISATION

Le jury est composé au moins de deux professionnels représentant les activités de la profession concernée.

COMPOSITION DU JURY — VAE

Le Jury est composé de 4 personnes :

deux professionnels représentant les activités de la profession concernée + 1 membre de la Direction pédagogique et 1 responsable de l'organisation des épreuves d'évaluation.

Financement en alternance (NPEC)

Niveau de prise en charge d'un contrat d'apprentissage par les OPCO, fixé par France compétences par branche professionnelle (CPNE).

Prise en charge usuelle	8 428 €
Selon la branche	7 000 € – 8 428 €
Prise en charge	Branches concernées
8 428 €	Valeur par défaut · 211 branches
8 000 €	CPNE de l'ingénierie, des services informatiques et du conseil
7 000 €	CPNEFP de la métallurgie

Base légale

Date de décision	24/11/2021
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	24/11/2024

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2019	36	0	66 %	77 %
2018	27	0	85 %	82 %
2017	16	0	100 %	88 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP27046

NOUVELLE(S) CERTIFICATION(S)

RNCP40351

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/36047/>