

PROGRAMME PAR BLOCS DE COMPETENCES	
RNCP39209BC01 - Concevoir la stratégie de développement de l'offre produit en mode	
	Définir la stratégie de développement de l'offre de collection
	Mettre en place des outils d'analyse des marchés cibles par le biais des études quantitatives
	Décider des orientations stratégiques des collections en construisant des analyses
	Construire les bilans d'analyse des collections précédentes pour comprendre les scores
	Mener une analyse concurrentielle et exploiter les études de marchés du secteur de l'entreprise
	Rédiger une note relative à l'analyse de la concurrence
	Mener des enquêtes multivariées sur les stratégies d'implantation, de visual merchandising
	Elaborer les Business plans de l'offre produit en mode
	Identifier les marchés cibles pour définir l'offre produit la mieux adaptée aux clients
	Définir les orientations stratégiques de l'offre produit pour être en phase avec les attentes
	Adapter la stratégie de communication de la marque au marché cible
	Préparer les budgets prévisionnels avec la direction et/ ou le service financier
	Rédiger un argumentaire justifiant ses choix stratégiques auprès de la direction
	Déterminer les axes de stratégie RSE
	Construire et analyser un rapport RSE à travers la connaissance d'outils existant
	Proposer des actions RSE ciblées afin d'être en cohérence avec les engagements éthique
	Adapter les réglementations environnementales / RSE aux business models
	Construire une politique vertueuse de sourcing en privilégiant une stratégie de recentrage
	Introduire des cycles de fabrication éco-circulaire en adoptant des processus de fabrication
	Déterminer la stratégie digitale de l'entreprise
	Définir des stratégies e-marketing afin d'optimiser les ventes et d'accroître la visibilité de
	Superviser des campagnes publicitaires en ligne pour amplifier la notoriété de la marque
	Planifier des actions de communication
	Piloter le marketing relationnel de la marque en mettant en œuvre des solutions e-CRM
	Elaborer la stratégie globale des réseaux de commercialisation et de distribution
	Etablir la politique commerciale pour l'offre produit en choisissant les circuits et canaux d
	Construire la planification des rythmes de distribution en déterminant les fréquences des
	Construire la planification des rythmes de distribution en déterminant les fréquences des
RNCP39209BC02 - Piloter l'élaboration de la collection en produits de mode	
	Constituer le cahier de synthèse des tendances pour la nouvelle collection à destination d
	Transmettre, en accord avec le directeur artistique, les thèmes de la collection et les style
	Réaliser le calendrier général des rendez-vous de collections avec les équipes
	Etablir le cadrage des collections avec les chefs de produit afin de s'assurer de la cohérence
	Bâtir l'équilibre des collections avec les chefs de produit afin de garantir la rentabilité
	Vérifier auprès du merchandiseur la conformité de la collection
	Analyser les performances produits et rentabilités de la collection précédente
	Repérer les différentes stratégies de collectionning des concurrents
	Identifier et étudier les indicateurs clés de performances d'une collection
	Arbitrer et suivre les budgets
	Finaliser les budgets, en collaboration avec le merchandiseur, afin d'assurer la rentabilité
	Contrôler les budgets
	Concevoir et ajuster l'offre de collection
	Utiliser des outils de prospection pour identifier les secteurs d'implantation pertinents

	Contrôler le plan de commercialisation
	Identifier les rentabilités
RNCP3920G9BC03 - Superviser la chaîne de valeur pour les produits de mode	
	Définir la politique de sourcing
	Diriger la politique de sourcing afin d'optimiser les achats et la fabrication
	Prospecter de nouveaux sourcing
	Superviser les achats et la fabrication
	Vérifier auprès des acheteurs et des chefs de produit que le cahier des charges du plan de
	Accompagner les chefs de produit dans leurs négociations avec les fournisseurs
	Contrôler que les acheteurs ont évalué le risque dans la zone de sourcing
	Contrôler la mise en production industrielle auprès des chefs de produits
	Contrôler les stocks et les flux de production
	Superviser la gestion des stocks réalisée par les chefs de produit
	Vérifier les modalités de réassort auprès des chefs de produit
	Déployer la stratégie de distribution physique et digitale
	Commercialiser l'offre produit dans les circuits de distribution préconisés
	Développer le plan d'actions marketing offline et online
	Adapter le plan marketing aux marchés cibles
	Suivre les ventes et ajuster les offres de promotion
	Définir les modalités de suivi et d'analyse des ventes afin d'optimiser la gestion des stock
	Planifier les actions promotionnelles avec le merchandiseur
	Etudier la performance des ventes à partir des données collectées
	Superviser la gestion de la relation client
	Etablir un système d'écoute et de mesure de satisfaction auprès des clients, fournisseurs
	Construire le plan d'évaluation des résultats des opérations de commercialisation
	Apporter des mesures correctives et ajustements d'effectifs
RNCP39209BC04 - Assurer le management des équipes des équipes dans le secteur de la mode	
	Piloter, coordonner et superviser les équipes opérationnelles
	Etablir une stratégie managériale
	Établir des objectifs clairs pour les équipes
	Travailler en étroite collaboration avec les équipes des différents services
	Rassembler les équipes multiculturelles en concevant des outils
	Conduire différents types de réunions afin de coordonner les missions
	Encadrer les équipes afin de limiter les impacts négatifs en optant pour des outils de gestion
	Mener les recrutements des collaborateurs et de ressources extérieures
	Recruter les collaborateurs en utilisant les outils adéquats
	Identifier les prestataires possibles afin de densifier son réseau de partenaires
	Intégrer et maintenir en emploi des personnes en situation de handicap
	Mettre en place une stratégie d'inclusion pour permettre aux personnes en situation d'handicap
	Réaliser un suivi régulier en organisant des échanges
	Mener une campagne de sensibilisation auprès des équipes afin de faciliter l'inclusion et la diversité
	Définir les formations commerciales pour les collaborateurs
	Mettre en place une politique de formations professionnelles pour renforcer l'engagement
	Identifier les besoins des parcours de formation en amont de leur déploiement
	Définir les indicateurs de suivi de la formation avec les services RH
RNCP39209BC05 - Mener des études d'analyse des tendances de mode et des nouveaux comportements	

	Détecter les opportunités de marché en exerçant une fonction de veille active sur les évolutions
	Evaluer les possibilités d'évolution de la stratégie de développement de la marque en production
	Proposer une politique de développement adaptée au regard des observations de la concurrence

Mise à jour en Aout 2024

ves et qualitatives

aratives des poids produits en répartissant ses lignes entre achat et production à façon.

de réussites et de performances des lignes de produits de la saison N-1/N-2

eprise

aratives des offres concurrentes

ng, de tarifs proposés par les concurrents en rédigeant et en structurant des analyses compa

hérence avec le positionnement de l'entreprise.

des marchés cibles

t les indicateurs clés de performance N-1 afin d'assurer la rentabilité de l'offre produit à N+1

enir les moyens de son action.

e ISO 26000, ODD, labels, etc.)

s et écologiques de la marque

marque en proposant des actions marketing responsables

des zones de production et d'utilisation des matières éco-conçues labellisées

on et d'utilisation des matériaux écoresponsables

la marque auprès des consommateurs et futurs consommateurs

et l'engagement des consommateurs

e distribution les plus pertinents

actions à mener sur le calendrier des implantations et des animations en magasin

es chefs de produits

s retenus pour la nouvelle collection afin d'élaborer un plan de collection équilibré

pecter les échéances

ce de la collection

de la collection

collection a été défini

ricants

otems adéquats

nisations du merchandiseur

s et réassorts en utilisant des outils de traçage des ventes.

, fabricants

ommunication en élaborant des tableaux de bord

es schémas directeurs

éhension langagière et la prise en compte des spécificités interculturelles.

hniques d'animation appropriées.

on de crise adaptés.

ndicap d'intégrer l'entreprise

l'intégration du collaborateur

t

pter les modalités de suivi de la formation

ent de consommation

lle réalisée

utions de l'environnement macro et micro économique
cédant à l'analyse détaillée des études prospectives et concurrentielles réalisées
urrence

ratives des offres concurrentes

.