

LES MÉTIERS DE LA MODE



Fashion Designer : Shing Yu Tiffany Wan - Photographe : Yang Wu

ESMODFRANCE
Paris - Bordeaux - Lyon - Rennes - Roubaix

2020

METIERS DE LA MODE

SECTEURS MODE ET LUXE

Le cycle de vie d'un produit retrace toutes les phases que traverse un produit depuis sa conception jusqu'à son retrait du marché sur lequel il a évolué. Chacune de ces étapes comporte les différents métiers que compose le secteur mode textile et habillement. Voici quelques exemples répartis en cinq grandes catégories

DESIGN, CREATION & SAVOIR-FAIRE

INDUSTRIALISATION & SUPPLY CHAIN

MARKETING STRATEGIQUE OMNISCANAL

COMMUNICATION MEDIA & HORS MEDIA, ON LINE & OFF LINE

DISTRIBUTION ON LINE & OFF LINE

SECTEURS MODE ET LUXE

Voici les différents secteurs pour comprendre ce que sont les métiers qui la composent

TEXTILE (HOMME, FEMME, JUNIOR, ENFANT)

PRET A PORTER

- Haute-Couture
- Luxe / Haut de Gamme
- Créateur / Designer
- Casual / Urbain
- Streetwear
- Fast Fashion
- Grande Distribution

LINGERIE

- Traditionnel
- Homewear
- Loungewear
- Nightwear
- Beachwear
- Swimwear

ACCESSOIRES

SOULIERS / CHAUSSURES

- Traditionnel
- Sportswear
- Sneakers

MAROQUINERIE

- Bagagerie
- Sacs
- Petite Maroquinerie

BIJOUX / JOAILLERIE /

HORLOGERIE

- Haute Joaillerie
- Joaillerie / Semi Précieux
- Fantaisie

AUTRES ACCESSOIRES

- Lunettes
- Bas / Collants
- Foulards
- Chapeaux
- Gants

LIFESTYLE

BEAUTE

- Cosmétiques
- Make Up
- Parfums

METIERS DE BOUCHE

- Hôtellerie
- Fooding
- Arts de la Table

HOME DESIGN

- Design
- Décoration

LES METIERS DU DESIGN, CREATION & SAVOIR-FAIRE

ENTRE TRADITION & MODERNITÉ

DIRECTEUR ARTISTIQUE / DIRECTEUR DE LA CREATION & DE L'IMAGE / HEAD OF DESIGN

- Il détermine la tendance générale et l'univers de collection
- Il dirige le studio et les ateliers de création
- Il détermine et supervise l'image et la communication de la marque
- Il maîtrise les nouvelles technologies de création et communication
- Il comprend son époque et les nouvelles générations
- Il doit pouvoir collaborer avec les équipes marketing et commerciales

o Profil créatif avec une vision à long terme = imagination, innovation, grande culture générale et artistique, curiosité, sens de la communication, multiculturalisme, bon communicant et influenceur

STYLISTE TENDANCEUR

- Il contribue à traduire les évolutions des tendances et des modes de consommation pour orienter les achats
- Il participe au développement stylistique d'une enseigne ou d'une marque
- Il participe à la définition des grandes tendances (étude de marché)
- Il donne un cadre aux acheteurs par rapport aux tendances à privilégier
- Il contribue à définir les concepts
- Il participe à l'élaboration des dossiers stylistiques à diffuser en interne
- Il travaille parfois en indépendant pour un bureau de style ou un bureau de tendances

o Profil créatif axé sur le commercial = sensibilité stylistique et mode, sens du travail en équipe

DIRECTEUR STUDIO / DIRECTEUR DE COLLECTION

- Il encadre les équipes de création, de développement de prototypes, de marketing et des achats
- Il est responsable de l'élaboration du plan de collection en collaboration avec les équipes commerciales
- Il est responsable du respect du budget alloué à l'élaboration des prototypes

o Profil de styliste avec des bases en modélisme et des connaissances en marketing = culture mode et du savoir-faire, qualité de management multi culturel, rigueur, sens de l'organisation

STYLISTE / DESIGNER

- Il crée et réalise les produits d'une collection sous la direction artistique de la marque
- Il observe les tendances
- Il décline un univers, des looks, des produits sous la direction du Head designer ou du Directeur Artistique
- Il construit un plan de collection pour répondre à la demande commerciale
- Il dessine les modèles (formes, matières, couleurs)
- Il choisit les matières et fournitures
- Il collabore avec l'atelier pour le suivi et la mise au point technique des prototypes, mais aussi avec les autres départements comme le commercial et la communication

o Profil créatif avec des bases en modélisme = culture générale artistique, culture historique et sociologique, connaissances techniques, fortes connaissances des textiles, ennoblement, finishing, impression et graphisme, connaissances approfondies des tendances et des acteurs du secteur, maîtrise de l'anglais et fortes notions d'italien notamment dans le secteur du luxe, savoir se présenter et pitcher son storytelling

DESIGNER TEXTILE

Il intervient en amont du travail du styliste

- Il conçoit et/ou crée des textures, des gammes de tissus, des motifs et/ou des illustrations qui apparaissent sur les vêtements, les accessoires, ...

- Son travail peut être artisanal dans sa recherche d'ennoblissement textile (sérigraphie, tissage, broderie, teinture, ...)

- Son travail peut être digital via l'infographie

o Profil créatif = sensibilité et intérêt pour la matière, la couleur et la broderie, maîtrise des logiciels type Photoshop, Illustrator, In Design si dans le secteur du digital

STYLISTE INFOGRAPHISTE

- Il utilise des logiciels de création spécifiques au textile et à l'habillement, ou à la communication visuelle et au graphisme

- Il crée et/ou finalise les dessins selon les directives des stylistes et/ou du service marketing

- Il personnalise le produit (textile)

- Il crée les maquettes (logo, étiquettes, impressions textiles)

- Il participe au développement de l'identité visuelle de la société

o Profil créatif et appétence pour le digital = sensibilité mode, maîtrise des logiciels de création (Photoshop, Illustrator, In Design), sens du travail en équipe

1er D'ATELIER

- Il est responsable de la bonne élaboration des toiles et les mises au point des prototypes pour essayage

- Il répartit aux modélistes et aux mécaniciens modèle les différents patrons et toiles à effectuer

- En haute-Couture, il prend les mesures des clients pour réaliser un mannequin fidèle à leurs mensurations, puis il confectionne une version du vêtement sur-mesure

o Profil expérimentée et souvent une personne de confiance du Directeur Artistique = rigueur

MECANICIEN MODELE / COUTURIER / « PETITE MAIN »

- Il réalise et met au point les prototypes, soit à la main, soit à la machine

- Il assemble les différentes parties de la toile avant la présentation aux essayages (fittings)

- En Haute-Couture, il assemble le vêtement à la main dans la matière réelle

- Il est spécialisé dans un domaine précis (flou, tailleur, ...)

o Profil technique pointu = précision, minutie, exigence, sens de l'excellence, patience, rigueur

MODELISTE

- Il réalise la mise au point technique des croquis des stylistes et/ou des dessins techniques

- Il maîtrise les techniques de patronages, de construction et de coupe

- Il sait interpréter les croquis

- Il met au point les patronages et les toiles

- Il maîtrise la technique de montage des produits

- Il est spécialisé dans un secteur précis (Homme, femme, Enfant, Lingerie, Maille, ...)

- Il est spécialisé dans un domaine précis (flou, tailleur, ...)

- Il travaille parfois à l'aide de logiciel pour le développement de prototypage, en 2D ou en 3D, la CAO prenant une place croissante dans ce métier

o Profil technique aiguisé = sens des mesures, rapidité dans l'exécution, sens du travail en équipe, maîtrise des logiciels de CAO

TECHNICIEN PRODUIT

- A mi-chemin entre le bureau de style et le service production, il suit et met au point techniquement les échantillons

- Il réalise les essayages en collaboration avec le styliste en vérifiant le bien-être, puis modifie et contrôle avant le lancement en production

- Il s'occupe du suivi fournisseurs (apport de conseils d'amélioration des produits en termes de coupe, montage et finitions, ...)

- Il est en charge également du suivi du retroplanning, de la gestion des problèmes de production et des questions techniques

o Profil de modéliste = initiative, esprit d'équipe, bonne connaissance de la gradation, organisation avec sens des priorités et respect des délais, réactivité, autonomie, connaissance parfois des logiciels CAO et 3D type Lectra Modaris ou Kaledo

LES METIERS DE L'INDUSTRIALISATION & SUPPLY CHAIN

DEVELOPPEUR PRODUIT / CATEGORY MANAGER

(anciennement Chef de Produit)

- Il est responsable d'une catégorie de produits ou d'une gamme entière depuis sa conception jusqu'à sa commercialisation
- Il analyse la demande et l'évolution du marché, la concurrence et les tendances
- Il a une bonne connaissance des différents fournisseurs
- Il suit les ventes en boutique et la performance des produits et des collections et réalise un reporting (sell in et sell out)
- Il participe à la phase créative (brief de collection avec choix des coupes/prix/tailles) et prépare les outils de présentation des collections (books de collection, fiches produits, boards, ...)
- Il participe au comité de développement et au comité PRI pour garantir le respect du cahier des charges produit attendu (qualité, bien-être, prix) ainsi que des plannings
- Il pilote le développement des échantillons commerciaux (animation des comités, suivi des non conformités et des envois échantillons)
- Il réalise le suivi opérationnel et participe à la préparation de séminaires de présentation des collections à destination des commerciaux

o Profil avec compétences transversales (création & technique, fabrication, commercial) = sens de la négociation, réactivité, esprit d'équipe développé, créativité

RESPONSABLE ACHATS & SOURCING

- Il achète les matières premières, les pièces semi-finies et les produits de négoce
- Il calcule les besoins, passe les commandes, suit et relance les fournisseurs
- Il négocie les prix et les délais de livraison
- Il gère les litiges
- Il assure l'exactitude des données nécessaires à l'approvisionnement et à la qualité (codes douanier, compositions, codes d'entretien)
- Il optimise les stocks et gère les déstockages
- Il met en place et suit les performances des fournisseurs dans le but d'optimiser et développer le parc fournisseurs
- Il fournit les tableaux de bord financiers et logistiques, ainsi que les indicateurs achat

o Profil commercial = sens de la négociation et du contact, autonomie, maîtrise de l'anglais et des logiciels de bureautique et PLM

RESPONSABLE DE PRODUCTION

- Il supervise la fabrication et s'assure d'atteindre les objectifs fixés (normes de qualité et délais en termes de coûts et de quantité)
- Il s'occupe des bons de commande à la livraison et contrôle toute la chaîne de production
- Il supervise l'achat des matières premières
- Il veille au bon déroulement de la livraison des produits finis
- Il doit se tenir au courant des avancées industrielles et techniques pour anticiper les évolutions
- Il prend part au développement de nouveaux produits

o Profil = capacités d'analyse, rigueur, réactivité face aux imprévus, autonomie, prise de décisions

RESPONSABLE QUALITE

- Il est chargé de répondre aux exigences de qualité et veille à l'amélioration continue de la performance, au respect des normes de qualité et à la conformité des produits
- Il gère les erreurs et anomalies qui peuvent survenir entre la commande du vêtement et sa livraison

o Profil = sens des responsabilités, bonne connaissance des matières premières et des processus de fabrication, rigueur, sens du travail en équipe

RESPONSABLE LOGISTIQUE / SUPPLY CHAIN MANAGER

- Il gère l'approvisionnement des fournisseurs en matières premières
- Il traite les commandes, assure les stocks et participe au planning de production
- Il veille au respect des coûts et des délais
- Il assure les relations avec les services des douanes et les assurances
- Il négocie avec les transporteurs, les transitaires et anticipe les situations imprévues

o Profil commercial expérimenté = sens du travail en équipe, maîtrise d'une ou plusieurs langues étrangères, connaissances des règles fiscales et juridiques du transport, vigilance sur les conditions de sécurité

LES METIERS DU MARKETING STRATEGIQUE OMNICHANNEL

DIRECTEUR MARKETING / HEAD OF MARKETING OMNICHANNEL

- Il définit, propose et développe des stratégies marketing pour que ses offres produits d'une marque soient en adéquation avec la demande du marché
- Il étudie des marchés, la concurrence et les cibles consommateurs
- Il détermine la stratégie et le cycle de vie des produits
- Il définit les différents éléments du mix-marketing
- Il suit l'impact des opérations marketing
- Il propose les produits à développer
- Il met au point les outils marketing d'accompagnement à la promotion et à la vente

o Profil stratège = sensibilité produit, vision stratégique, fort sens du travail en équipe, créativité, polyvalence, réactivité, organisation

RESPONSABLE DIGITAL MARKETING / DIGITAL MARKETING MANAGER

- Il développe l'image de la société, les ventes d'une marque et les parts de marché via les différents outils digitaux
- Il est responsable du référencement Site (Google, Yahoo, ...) et de la fréquentation (pratiques SEO)
- Il crée le plan e-merchandising stratégique avec le lancement des nouveaux produits et présente et assortie les produits on line optimisés
- Il est responsable de l'approche efficace CRM pour fidéliser et apporter de l'expérience au client
- Il collabore avec l'équipe marketing pour les stratégies prix on line (promotions, démarques)
- Il analyse les ventes on line par catégorie pour remonter les informations aux directions marketing et commerciales

o Profil commercial = maîtrise des outils informatiques et de Google Analytics, bon niveau d'anglais, sens de l'initiative, bonnes capacités rédactionnelles, ouverture, curiosité, force de proposition, dynamisme, rigueur

RESPONSABLE MERCHANDISING

- Il définit et pilote la mise en œuvre de la politique d'identité visuelle de la marque et de la présentation des produits dans le but d'optimiser les ventes
- Il conçoit et organise avec son équipe des mises en scène attractives dans les boutiques
- Il analyse les performances commerciales des actions menées
- Il a pour objectif d'augmenter le chiffre d'affaire d'un point de vente au m²
- Il peut travailler pour différents acteurs (les distributeurs, les grandes marques, les agences spécialisées, ...)
- Il a un rôle de coordinateur entre les créatifs, les fabricants de supports, le service commercial et la direction marketing qui gère la stratégie globale d'une marque ou d'une gamme de produits

o Profil de Manager et de gestion de projets = esprit analytique, compétences marketing et commerciales avancées, à l'écoute des clients, créativité et sens de la communication

DIRECTEUR DE MARQUE / BRAND CONTENT MANAGER

- Il définit l'identité de la marque à partir de son histoire
- Il crée un storytelling qui va impacter tous les éléments de communication et de la commercialisation
- Son objectif est de permettre à la marque qu'il représente d'acquérir plus de visibilité et plus de notoriété, ainsi que de vendre et d'améliorer l'image de la marque
- Il se sert des médias, développe des partenariats par des plans d'action en fonction des objectifs de la marque et pour atteindre ses cibles

o Profil communication écrite et verbale et commercial = compétences en recherche et analyse, confort avec le logiciel CRM, à l'écoute, pensée créative et innovante, compréhension des produits et concepts actuels et futurs, compétences en gestion budgétaire, aptitudes analytiques des tendances et des défis technologiques de demain

GESTIONNAIRE DE LA RELATION CLIENT / CRM

MANAGER

- Il participe à la définition des actions à mettre en place (objectifs, ciblage, offres proposées, communication, partenariats, ...)

- Du brief créatif au paramétrage, il s'occupe de la gestion opérationnelle des campagnes CRM (Customer Relationship Management) avec analyse et reporting

- Il s'occupe de la gestion des adaptations aux planning commerciaux et fait de la veille concurrentielle

- Il est responsable de la gestion des campagnes du cycle de vie clients du programme de fidélité

o Profil marketing relationnel et commercial = être très orienté data, compétences analytiques avancées, avoir une réelle vision stratégique et ROiste (Recherche Opérationnelle), capacité à onboarder

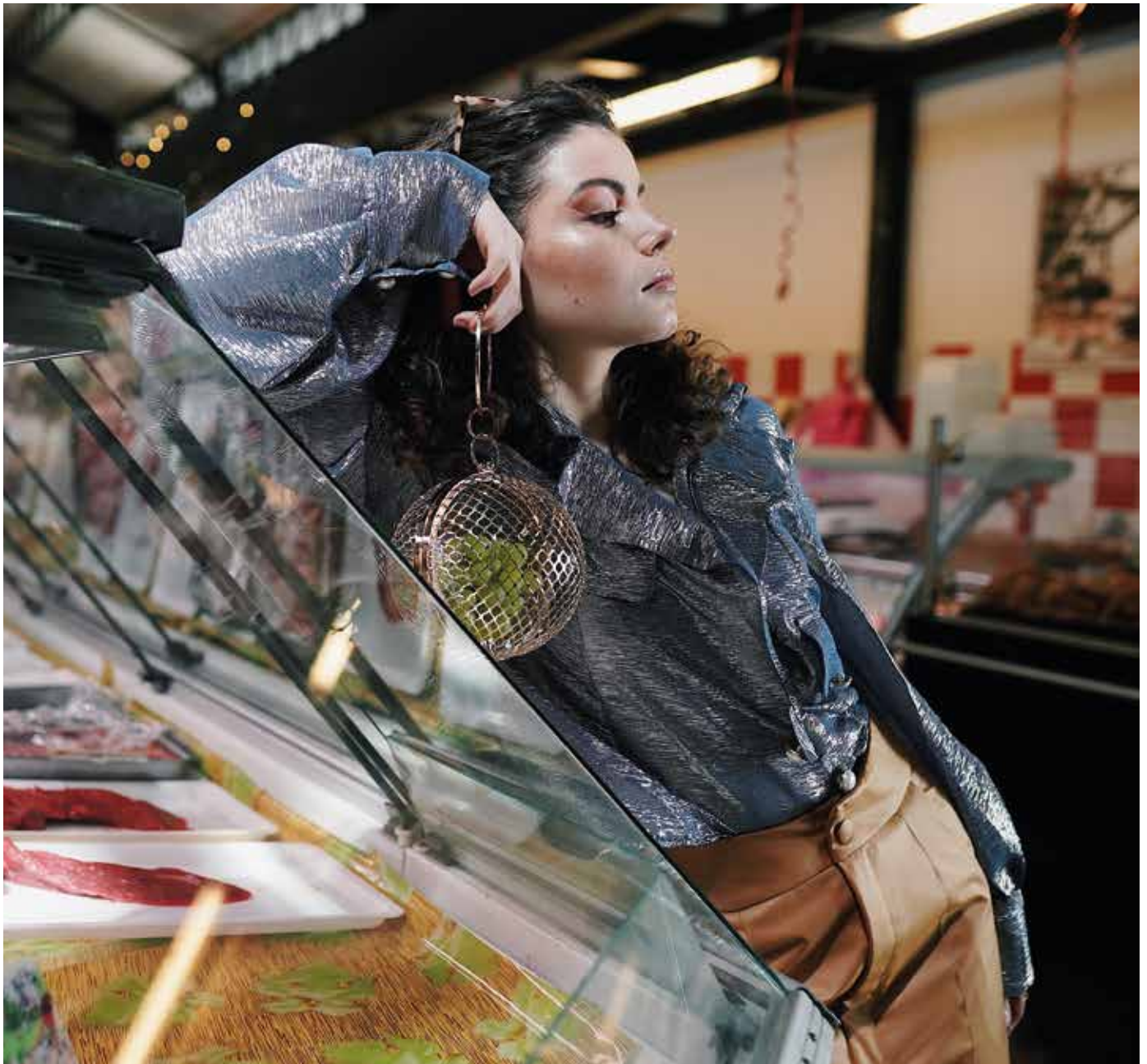
- Il accompagne la transformation des business models pour en minimiser les impacts négatifs

- Il a pour mission première de faire progresser les aspects environnementaux, éthiques, sociaux et de gouvernance

- Il met à plat les stratégies sur les enjeux sociaux et éthiques avec un suivi des procédures internes et/ou externes (analyse et audit, cartographie des risques, approche éco-responsable, ...)

o Profil commercial ou ingénieur conjuguant compétences métiers et compétences personnelles = esprit d'innovation et de synthèse, forte capacité à convaincre et à s'adapter, connaissance des circuits de production et de distribution dans le textile, sensibilité au développement durable, rigueur

RESPONSABLE RSE - DEVELOPPEMENT DURABLE



LES METIERS DE LA COMMUNICATION MEDIA & HORS MEDIA, ON LINE & OFF LINE

ATTACHE DE PRESSE / PR MANAGER

- Son premier objectif est de faire connaître, soit un designer, soit une marque, soit une entreprise
- Il s'occupe des relations et actions quotidiennes avec les différents acteurs de la presse et des médias, ainsi que de l'organisation et la coordination des événements
- Il est en lien et connaît les principaux journalistes, bloggers et influenceurs

o Profil cultivé et de réseaux = bonne culture générale et plus particulièrement artistique orientée mode, ouverture, diplomatie, précision, rigueur, disponibilité, enthousiasme, patience, qualités rédactionnelles, flexibilité, clarté dans le propos

REDACTEUR DE MODE / FASHION EDITOR

- Son rôle centrale est de faire découvrir aux lecteurs les nouvelles tendances en voyant et écrivant sur les nouvelles collections et produits mode et luxe
- Il présente et commente les défilés lors de la Fashion Week

- Profil communication par excellence toujours en recherche de nouvelles idées = sens artistique et relationnel développés, curiosité, bonnes capacités rédactionnelles, bonne culture générale et mode

STYLISTE PHOTO

- Intégré à l'équipe de direction de l'image, il est en charge de la production des contenus photos pour les outils digitaux et outils de communication
- Il s'occupe de l'organisation du dressing ainsi que de l'achat des accessoires et matériaux pour les shootings photos
- Il réalise des travaux de recherches de tendances, de courants, d'évolution et de veille concurrentielle
- Il recherche des lieux en vue des shootings extérieurs
- Il gère la préparation et le déroulement des séances shooting

o Profil créatif et intuitif = organisation, autonomie, minutie, avoir un œil avisé et un grand sens mode et tendances, bonne maîtrise des logiciels (Photoshop, Keynote, ...), compétences rédactionnelles, appétence pour les nouveautés en termes de visuel et photographie, originalité, sens du contact, efficacité, rigueur, respect des délais et perfectionniste

DESIGNER GRAPHIQUE

- Responsable du design, du look et des codes graphiques de la marque, il travaille avec le Directeur Artistique, le Directeur de Marque et le E-Commerce Manager
- Il doit comprendre l'univers de la marque et être capable de lui donner une identité visuelle
- Il est en charge du design et de la création de tous les outils de vente et de communication (website, lookbook, books de vente, campagnes publicitaires et réseaux sociaux)

o Profil axé communication visuelle = maîtrise des logiciels type Indesign, Photoshop, Illustrator, After Effects, Première, connaissances en animation et montage appréciées, bon niveau en anglais, bonnes aptitudes relationnelles et organisationnelles, autonomie, prise d'initiative, créativité, curiosité, implication

DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION

- Il dirige les Relations Presse (RP) ainsi que la communication interne et externe de la marque
- Il travaille en collaboration avec le Directeur Artistique (DA)
- Il manage et gère plusieurs équipes (agences de communication, de RP, de communication événementielle, de photographes)

o Profil communication = bonne culture générale des différents médias, expertise de l'environnement économique et concurrentiel en fonction de la marque et de ses produits, aptitude au management et à la gestion d'équipes pluridisciplinaires, capacité de gestion de budgets importants, maîtrise des stratégies web et réseaux sociaux, maîtrise de plusieurs langues dont l'anglais

RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION

DIGITALE / WEB COMMUNICATION MANAGER

- Il assure la mise en œuvre de la stratégie de communication digitale de la Maison ou de la marque
- Administrateur des différents réseaux sociaux, il anime les campagnes publicitaires digitales
- Il conçoit les outils de communication en coordination avec le marketing et le studio
- Il rédige les différents contenus en fonction des canaux
- Il analyse les résultats des actions menées et émet des recommandations
- Il gère le community management sur les réseaux sociaux

o Profil stratégie de communication = bonnes connaissances des acteurs influents du net et des lieux d'expression incontournables, être à l'aise avec les outils de communication digitale, savoir mener un projet de A à Z, rigueur, méthode, organisation, bonne communication orale et écrite

RESPONSABLE BRAND CONTENT DIGITALE / DIGITAL BRAND CONTENT MANAGER

- Pilier de la stratégie de marketing web de l'entreprise, il crée tous les contenus diffusés sur les différents supports de la marque (blog, site, réseaux sociaux)
- Moitié rédacteur en chef et moitié responsable du marketing et de la communication, il est chargé de rapprocher marques et audiences dans un contexte où le contenu est devenu incontournable

o Profil cultivé ayant l'art de raconter l'univers de la marque pour laquelle il travaille = créativité, rigueur, polyvalence, curiosité, esprit collaboratif, bonne culture générale et web, enthousiasme, excellentes qualités rédactionnelles, esprit de synthèse, connaissances des réseaux sociaux, des outils de référencement et des CMS (Content Management System)

RESPONSABLE RESEAUX SOCIAUX / COMMU-

NITY MANAGER / HEAD OF SOCIAL MEDIA

- Il développe des contenus et promeut la marque sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram)
- Il fédère et fidélise des communautés autour de la marque
- Il anime les différents social médias
- Il crée et relaye des contenus pertinents en optimisant les textes et les visuels
- Il analyse de manière stratégique les indicateurs de performance des différents contenus
- Il effectue une veille sur l'actualité du secteur mode, luxe, beauté, lifestyle

o Profil social média et communication = maîtrise des codes liés aux nouvelles générations, forte connaissance des courants sociologiques, mode et artistiques, créativité, autonomie, polyvalence, qualités rédactionnelles



LES METIERS DE LA DISTRIBUTION ET DE LA VENTE ON LINE & OFF LINE

DIRECTEUR COMMERCIAL WHOLESALÉ

- Il pilote la stratégie de distribution dans des points de vente indépendants (concepts stores, grands magasins, e-shops multimarques)

- Il manage les responsables de vente et autres commerciaux intégrés ou extérieurs (agents)

o Profil commercial multilingue = timide s'abstenir, un excellent sens commercial, qualités rédactionnelles importantes, flexibilité, aimer voyager, connaissances des principaux acteurs de la distribution mode & luxe, un grand sens du management multiculturel et des pratiques import/export, être bon négociateur

ATTACHE COMMERCIAL

- Véritable force de l'entreprise, il est responsable d'une ligne ou de la totalité des produits sur une partie du territoire en France et/ou à l'international en dynamisant un portefeuille clients et en fidélisant le réseau existant

- Il prospecte de nouveaux clients sur le terrain selon les critères de sélectivité de la marque

- Il prend les rendez-vous, présente et vend les collections

- Il suit et analyse les ventes et le recouvrement client

- Il assure une véritable gestion 360° de son portefeuille client (rendez-vous, prises d'ordres, suivi des livraisons, crédit, ...)

o Profil commercial secteur mode et luxe = avoir un intérêt pour le milieu de la mode et les tendances du marché, avoir une passion pour la vente et un véritable talent de négociateur, être capable de présenter les produits, être disponible pour des déplacements sur son secteur dans le cadre des campagnes de prospection sur le terrain (permis de conduire indispensable), enthousiasme, pugnacité, goût du challenge et des relations clients, sens du travail en équipe, maîtrise de l'anglais

DIRECTEUR COMMERCIAL RETAIL / RETAIL MANAGER

- Il pilote la stratégie de développement retail (boutiques en propre, franchises, concessions)

- Il est responsable de la rentabilité de son réseau

- Il recherche des emplacements, participe au concept boutique et au merchandising

- Il s'occupe du recrutement du personnel retail (responsable de boutique, merchandiser, ...)

- Il pilote, organise et manage le service client (CRM)

- Il donne des objectifs qualitatifs et quantitatifs aux équipes de vente internes

- Il analyse les résultats des ventes par produit et des points de vente

- Il assure un reporting régulier d'activités et du chiffre d'affaire des points de vente à la Direction Générale

o Profil commercial et challenger = maîtrise des techniques de vente, de la relation client, du merchandising et des techniques de management, sens du commerce et des responsabilités, esprit d'équipe, maîtriser la gestion d'une BU (Business Unit)

RESPONSABLE DES ACHATS

(Boutiques ou E-Commerce)

- Il élabore la stratégie omnicanale des achats (web et physique) pour optimiser les ventes

- Il construit les assortiments et le dimensionnement des volumes par canal (web et retail) sur les collections saisonnières et permanentes

- Il suit la performance des collections (maîtrise de la distribution et optimisation des ventes)

- Il échange au quotidien avec le département retail (France et international) pour comprendre les besoins et ajuster l'approvisionnement

- Il optimise les taux de marges et de retours

o Profil autonome et responsable = connaître le produit et les techniques de production, savoir négocier, clarté et précision dans la communication, maîtrise d'une ou plusieurs langues étrangères, connaissances de la législation concernant les achats et les contrats, assurer une veille technologique et économique, anticiper les nouvelles évolutions, rigueur dans les calculs, commandes et suivis, avoir quelques connaissances statistiques et de gestion, gestion des priorités

VISUAL MERCHANDISER

- Il est responsable de l'identité visuelle des boutiques physiques

- Il participe au concept et à l'assortiment produits

- Il établit un book merchandising en fonction des recommandations de la Direction Artistique

- Il veille au respect de la charte communication graphique de l'enseigne

- Il accompagne et forme les acteurs terrain (étalagistes, vendeurs) dans la mise en place des produits

- Il concilie esthétique et efficacité commerciale

o Profil polyvalent créativité/communication/commercial = grand sens de la mode et du design, art du détail et minutie, références artistiques, connaissances des concepts en design et décoration, très orienté résultats et clients, bon communicant

RESPONSABLE DE BOUTIQUE / DIRECTEUR DE MAGASIN

- Il est responsable des objectifs fixés par la Direction Retail

- Il anime et dirige le point de vente

- Il collabore avec le Visual Merchandiser

- Il manage les conseillers de vente

o Profil charismatique = être un grand communicant et multilingue très orienté « services »

PERSONAL SHOPPER / STORE AMBASSADOR / EXPERT SHOPPING PERSONNALISE

- Il accueille, conseille et aide au choix du client pour essayage dans salon privé

- Il accorde une place importante à la présentation de chaque produit, vêtements et accessoires pour leur donner un véritable sens, il comprend les besoins du client pour dénicher le vestiaire idéal

- Il instaure une relation privilégiée et confidentielle avec ses clients

- Il met en œuvre toutes les actions internes et externes pour recruter, animer et fidéliser sa clientèle, puis développe son propre portefeuille

- Il développe le chiffre d'affaire en détectant en magasin les clients potentiels pour ce service VIP

o Profil intuitif et autonome = avoir une culture, une passion et une sensibilité mode, rigoureux, proactif, attentionné, méthodique, polyvalent, sont des atouts indéniables pour ce poste qui demande d'avoir du goût mais aussi de la flexibilité

RESPONSABLE E-COMMERCE / E-COMMERCE MANAGER

- Il est responsable de la génération de trafic et du lead pour l'e-commerce

- Il est en charge de la conception et de l'évolution du site e-commerce (offres produits, services, contenus et guidelines e-merchandising)

- Il s'occupe du développement des plans d'animation d'e-commerce et du développement à l'international

- Il pilote les performances e-commerce KPI (Key Performance Indicator)

- Il coordonne la stratégie e-commerce et du réseau physique afin de maximiser la stratégie omnicanale

- Il cherche à optimiser la qualité du parcours client sur le web en optimisant l'expérience e-commerce

o Profil à mi-chemin entre compétences techniques, marketing et commerciales = être à la pointe des nouvelles techniques de marketing et des nouvelles technologies de communication et de l'information, être bon communicant doté de capacités commerciales, maîtrise des moteurs de recherche et des outils de tracking et de mesure d'audience type Google Analytics, esprit analytique et capacités de synthèse

E-MERCHANDISER

- Il est chargé de développer les ventes sur un site de e-commerce

- Il valorise les produits et services par une ergonomie du site et des contenus adaptés pour rendre l'achat possible en quelques clics

- Il doit faire évoluer rapidement l'offre en ligne en usant de créativité et de réactivité

- Il s'occupe de la mise en scène des produits et des services (choix des visuels ou des vidéos, choix des fonctionnalités, ...)

- Il réalise une veille concurrentielle et des études de marché en fonction des attentes et des besoins du public et plus précisément des clients du site

o Profil entre commerce et marketing digital = être force de propositions et au fait de l'actualité, créativité, réactivité, curiosité, sens de l'analyse, goût du résultat, grande capacité d'adaptation, appétence à surfer sur les différents sites web marchands



FASHION DESIGN

ILS TRAVAILLENT CHEZ ...

Adama – Coordinatrice Europe - MAGAZINE VOGUE
Aïda – Assistante de Collection Maille - CHANEL
Alice – Styliste Junior prêt-à-porter Cuir Homme et Femme - SAINT LAURENT
Amélie – Chef de Produit Développement - NINA RICCI
Anna – Styliste junior RTW - SONIA RYKIEL
Anne-Sophie – Responsable d'Atelier - GERARD DAREL
Axelle – Chef de produit Maille - SONIA RYKIEL
Benjamin – Styliste - AZZARO COUTURE
Céline – Responsable Achat et Développement - CHLOE
Emilie – Styliste Maille - LACOSTE
Emilie – Styliste Plateau TV, Personal Shopper - CRISTINA CORDULA
Franck – Directeur Haute-Couture - STEPHANE ROLLAND COUTURE
Heba – Directrice Studio - MAISON RABIH KAYROUZ
Helena – Rédactrice en Chef Mode - JALOUSE
Huayang – Assistant styliste - VANESSA BRUNO
Jean – Rédacteur Culture & Mode - STILETTO EDITIONS
Jean-Charles – Styliste - GIVENCHY
Jessica – Chef de Produit Senior (prêt-à-porter Femme) - CHRISTIAN DIOR COUTURE
Landry – Attaché de Presse - Theory Helmut Lang
Laura – Styliste Illustratrice - REPETTO
Laurène – Responsable Achats et Production (prêt-à-porter Homme) - BALENCIAGA
Marie-Paule – Directrice Studio de Création - ERES
Mathilde – Chef de Produit - GALERIES LAFAYETTE
Michaël – Styliste Accessoires - COMPTOIR DES COTONNIERS
Montaine – Styliste senior (Denim) - TOMMY HILFIGER
Odile – Directrice Presse, RP, Medias - PAUL SMITH
Philippine – Styliste Couleur - DECATHLON
Séverine – Coordinatrice de Style - DU PAREIL AU MEME
Sofia – Responsable de Collection - ALEXANDRE VAUTHIER
Solène - Modéliste Cuir & Fourrure Femme - HERMES
Soufiane – Développeur Produit - SANDRO
Stéphanie – Modéliste Homme - KENZO
Virginia – Designer - ELIE SAAB
Ulric – Modéliste - NAF NAF
Marie-Anaïs – Modéliste/Patronnière Modaris Expert - CARVEN

FASHION BUSINESS

ILS TRAVAILLENT CHEZ ...

Adèle – Chargée de Production – LOUIS VUITTON
Alma - Chef de projet e-commerce – HERMES
Anaïs – Chargée contenu web – ZADIG & VOLTAIRE
Aurélié – Chef de Produit – DE FURSAC
Catalia – Chef de Produit Homme – INDITEX EDIFICIO
Charlotte – Directrice Commerciale & Marketing – KARINE ARABIAN
Claire – Responsable Commerciale – IRO
Claire – Responsable de Collection – BALMAIN
Delphine – Directrice Commerciale – LOEWE
Emilie – Chef de Produit – ELEVEN
Etienne – Attaché de Presse – RALPH LAUREN
Inès – Responsable CRM – ZAPA
Julien – Acheteur / Retail Europe – SAINT LAURENT PARIS
Laurence – Chef de Projet Marketing Développement – L'OREAL
Luciana – Responsable Marketing & Communication – HUGO BOSS
Lucie – Rédactrice Mode – Fashion Network
Manuela – Manager de Formation Retail – CALZEDONIA GROUP
Marguerite – Gestionnaire Commerciale Europe – CARTIER
Marine - Journaliste Pigiste Mode et Beauté – Groupe Lagardère
Maud – Chef de Produit senior – ADIDAS GROUP Allemagne
Morgan – Responsable Visuel Merchandiser – HUGO BOSS
Naomi – Chef de Secteur junior – ERES
Nicolas – Responsable Réseau – LOLA PARIS
Sara – Chef de Produit – SAINT LAURENT PARIS
Sophie – Chef de Produit – CARVEN
Jérôme – Responsable des Editions – CHRISTIAN DIOR COUTURE
Bénédicte - Directrice Stratégie de Marque et Prospective – MARTINE LEHERPEUR CONSEIL
Alexandra - Directrice Communication & Image – JENNYFER
Agathe – Directrice Relations Presse – GEORGIO ARMANI
Anaïs : E-merchandiser – ZADIG & VOLTAIRE
Chloé – Senior Collector Manager – KENZO
Lara – Responsable Merchandising – CHRISTOPHER KANE
Nicolas – Journaliste – VOGUE HOMME
Eva – Gestionnaire Achats & Approvisionnement – AUBADE
Reina – Coordination Presse (Chine, UK, Japon) – CHANEL
Léa – Consultante Communication – ADIDAS/EASTPACK/NIKE
Emilie – Chef de Produit Enfant – KIABI



1ère école de Mode Française 2019

Classements :
Wardrobe Trends Fashion
+ CEOWORLD



EVIN TISON

ESMOD Roubaix
promo 2015
Syliste
chez VIKTOR & ROLF

Il s'agit d'un enseignement professionnalisant. Les concours, les stages, le contact avec des professionnels de la mode, et même la communication, amorcent la construction d'un parcours personnel ancré dans la réalité de la société et du marché.



CARLA TASIAUX

FB promo 2012
Responsable
de Collection
chez DE FURSAC

«La formation permet de vite se rendre compte de tous les acteurs de la mode, de leurs relations et que tout est très lié dans ce monde.»



**PAULINE AVINIO
DARRIS**

promo 2012
Créatrice
de la marque DARRIS

«Ce qu'il y a de bien à ESMOD, c'est de pouvoir choisir une spécialisation en fin d'année qui permet d'aboutir à une collection personnelle»

ANCIENS ESMOD ISEM FRANCE

Ils ont créé leur entreprise...

Alexandre Vauthier, Thierry Mugler, Jérôme Dreyfuss, Junn J, Nicolas Fafiotte Couture, Dice Kayek, Manoush, Tammy & Benjamin, Dévastée, Roseanna, Franck Sorbier, Grace & Mila, Catherine Malandrino, Vanina Vesperini, Dany Atrache Couture, April May, Daniel Hechter, Maryam Mahdavi, Paloma Casile, Coralie de Seynes, Vestiaire Collective, Oui Paname, Laurent Kapelski Couture, 13 Bonaparte, Arachné, Exocet, Augustin Teboul, Victoria Tomas, Darris, XY Unisexe, DLX Paris, Kid Show...

Ils sont Directeurs

Artistiques d'une marque...

Olivier Rousteing – BALMAIN
Thierry Vainqueur – KAPORAL
Sébastien Mazure – NEWMAN
Sébastien Meunier – ANN DEMEULEMEESTER
Vanessa Pierrat – CLAUDIE PIERLOT
Bali Barret – HERMES
Sophie Delafontaine – LONGCHAMP
Guillaume Meilland – SALVATORE FERRAGAMO
Cathy CANAVAGGIO - LES GROS MOTS
Anthony Valenduc - ERAM / TATI
Louis Gérin et Grégory Lamaud - TEXWORLD
Nathalie Marcha - COMPTOIRE DES COTONNIERS
...

WWW.ESMOD.COM

ESMOD
INTERNATIONAL
Fashion Institutes & Universities Group

ESMOD.COM

Etablissement d'enseignement supérieur Privé