

# PROFIL & COMPETENCES

## MASTER EXÉCUTIF EN MARKETING DU LUXE

### QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E ?

L'étudiant.e suit un enseignement à temps partiel qui lui permet d'acquérir une compréhension globale du métier et des enjeux du secteur du Luxe. Grâce à une pédagogie immersive, il.elle peut appréhender des problématiques variées, pour lesquelles il.elle saura définir une stratégie marketing pertinente et mettre en œuvre des plans en maîtrisant les outils digitaux.

L'étudiant.e suit sa formation uniquement sur des vendredis et samedis durant 18 mois et peut mener en parallèle une activité professionnelle en emploi ou en stage. Une durée de stage de 5 mois minimum est requise. Le stage peut être effectué en plusieurs parties et donner lieu à plusieurs expériences.

Après 18 mois de formation, l'étudiant.e est apte à rejoindre une agence ou les équipes marketing et communication d'un annonceur à des postes correspondant aux métiers suivants. Le niveau de poste auquel peut prétendre un.e étudiant.e en master est variable et dépend à la fois de son profil personnel, de son parcours académique et de sa séniorité professionnelle.

**EXEMPLES DE METIERS** > *Bien que les métiers évoluent en permanence, voici une liste, non exhaustive, des opportunités professionnelles à la fin de leurs études.*

**ANNONCEURS** : Marketing Manager • Brand Manager • Digital Marketing Manager • Social Media manager • Communication Manager • Content Manager • Consumer Experience Manager • Consumer Insight Manager • E-commerce Manager • Retail Manager • Omni-Channel Manager • CRM / Data Manager • Online Traffic Manager • Product Manager • Project Manager • PR Manager • Event Manager

**AGENCES** : Account manager • Consulting Director • PR Manager • Event Manager • Content Manager • Community Manager

Les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise/organisation :

### LUXURY BUSINESS ENVIRONMENT

- Identifier les grands enjeux des différents secteurs du Luxe : Horlogerie, Joaillerie, Parfumerie, Automobile, Hospitality, Vins & spiritueux.
- Décrypter les tendances et exploiter les opportunités de ces différents marchés.

### CONSUMER INTELLIGENCE

- Détecter et formuler des insights stratégiques et opérationnels en manipulant notamment des outils de social listening et des bases de données transactionnelles
- Définir une typologie de clientèle de luxe en fonction des différentes régions du monde (Asie, US, Orient)
- Identifier la méthode de segmentation adaptée en fonction du capital data



### **MARQUE & STRATÉGIE MARKETING**

- Mener un benchmark des concurrents.
- Conduire un audit de marque et de son territoire de communication dans son écosystème digital.
- Identifier les problématiques et définir une stratégie marketing (Notoriété > Engagement > Conversion): Axes stratégiques, Objectifs, Kpi's, Budget, Planning.
- Identifier et actionner les leviers du marketing digital (site internet, réseaux sociaux, influenceurs...) au service de la stratégie marketing globale.
- Analyser le cycle de vie produit et développer par des services la circularité, la sobriété et l'allongement de la durée de vie des produits.
- Définir une stratégie de partenariats et élaborer un plan d'activations dans une démarche RSE

### **CREATIVE COMMUNICATION & SOCIAL MEDIA**

- Développer une stratégie de campagne de marque en activant tous les leviers de marketing relationnel ( RP, Événementiel..)
- Déterminer et mettre en œuvre une stratégie d'e-influence inspirée du monde culturel et artistique en totale cohérence l'univers visuel et stylistique de la marque.
- Définir un concept de brand content dans l'écosystème social media d'une marque
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance correspondants à optimiser.
- Créer du contenu rédactionnel et visuel (PAO)
- Pitch de projets de campagne et réalisation de Moodboards

### **RETAIL & VISUAL MERCHANDISING**

- Développer l'expérience client en boutique
- Développer un concept de visual merchandising pour une vitrine
- S'approprier la gestuelle et le discours du staff d'une boutique de luxe pour devenir un ambassadeur de marque

### **MEDIA & ANALYTICS**

- Créer, gérer et optimiser les campagnes Facebook Ads & Google Ads (étudiant certifié).
- Définir une stratégie média : analyse de cibles et conception des plans média off/online: Planning, Budget, Kpi's.

### **SITE INTERNET**

- Créer et gérer un site internet avec WORDPRESS.
- Analyser les statistiques avec Google Analytics (étudiant certifié) afin d'optimiser le référencement naturel.

### **CRM**

- Scénariser les parcours clients pour identifier l'ensemble des interactions avec votre marque
- Définir et mettre en œuvre un plan d'animation différencié - contenus et des services personnalisés - pour chaque segment de la base de clients/prospects
- Identifier des stratégies et méthodes d'UX design pour créer des émotions dans la conception d'outils digitaux

### **DATA STRATEGY (Spécialisation)**

- Définir et mettre en œuvre une stratégie data au service de l'expérience client.
- Définir une stratégie data au service de l'efficacité media.
- Mettre en place un dispositif de collecte et de gestion des données compliant.
- Analyser et optimiser la data collectée à l'aide d'outils de Dataviz.



**RETAIL / E COMMERCE (Spécialisation)**

- Définir une stratégie omnicanale expérientielle.
- Conduire un projet E-Commerce multi plateformes.
- Concevoir et mettre en place une stratégie de rétention clients.

**ENTREPRENARIAT (Spécialisation)**

- Développer un projet à valeur ajoutée inscrit dans une démarche RSE.
- Construire un business plan.
- Pitcher un projet auprès d'investisseurs.

**RÉMUNÉRATION** - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Master se situe entre 1000.- CHF et 2500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger selon la réglementation.