

# PROFIL & COMPETENCES

## MASTER EXÉCUTIF EN MARKETING DU LUXE

### QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E EN MASTER EXECUTIF EN MARKETING DU LUXE ?

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 > 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 • Visual merchandiser • 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...).
- Exploiter les tendances des différents marchés (Europe, US, Chine).

### CONSUMER INTELLIGENCE

- Mener une analyse consommateur (études quali/quant, social listening).
- Détecter et formuler des insights stratégiques et opérationnels.

### 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, application, marketplace, email...) au service de la stratégie marketing globale.
- Mettre en oeuvre le processus de dépôt de marque et gérer les droits de diffusion.
- Développer une ligne de produits cohérente avec l'univers de la marque et gérer le portefeuille produit (analyse cycle de vie produit et analyse financière).
- Préparer un lancement produit : Préparation des guidelines marchés, définition du plan d'activation global et local, suivi de l'implémentation et coordination avec le réseau, définition de l'expérience clients, suivi budget & KPIs.

### **CREATIVE COMMUNICATION**

- Développer une stratégie de campagne de marque et de lancement produits à 360° visible en activant tous les leviers de marketing relationnel.
  - RP – dossier de presse, préparation, organisation shooting, rédaction, suivi presse.
  - Événementiel – Concept, coordination et organisation.
  - Media – Définition du target audience, préparation des plans médias, briefing, analyse & suivi.
- Déterminer et mettre en œuvre une stratégie d'e-influence et de brand content inspirée du monde culturel et artistique, en totale cohérence l'univers visuel et stylistique de la marque.
- Piitch de projets de campagne et réalisation de Moodboards à destination des créatifs.

### **SOCIAL MEDIA & COMMUNITY MANAGEMENT**

- Définir l'écosystème social media d'une marque et développer sa présence (Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn) en fonction des cibles.
- Définir les objectifs et les indicateurs de performance correspondants à optimiser.
- Définir une ligne éditoriale et développer des calendriers éditoriaux par plateforme.
- Créer du contenu rédactionnel et visuel (PAO, photo, et vidéo).
- Modérer les comptes.

### **MEDIA & ANALYTICS**

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

### **SITE INTERNET**

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

### **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.