



# PROFIL & COMPÉTENCES

## BACHELOR EN MARKETING DU LUXE

### LES ÉTUDIANT.E.S DE BACHELOR ONT DEUX STAGES A EFFECTUER :

- > Le 1<sup>er</sup> stage a lieu en début de 2<sup>e</sup> année : entre début juillet et fin janvier, durée de 5 à 6 mois.
- > Le 2<sup>ème</sup> stage a lieu en fin de 3<sup>e</sup> année : à partir de début février, durée de 5 à 8 mois.

### QUELS SONT LES POSTES QUE LES ETUDIANT.E.S PEUVENT OCCUPER PENDANT LEURS STAGES ?

Les étudiant.e.s sont aptes à rejoindre une agence, ou les équipes marketing et communication d'un annonceur, à des postes d'assistant.e.s des métiers ci-dessous (liste non exhaustive) :

Sales Manager · Visual Merchandising Manager · Retail Manager · Project Manager · Community Manager · PR Manager · Event Manager · Marketing Manager · Brand Manager · Digital Marketing Manager · Digital Media Manager · Content Manager · Digital Media Planner · Consumer Experience Manager · Product Manager · Digital / E-commerce Project Manager · CRM / Data manager · Communication Manager · Account manager

Les compétences des étudiant.e.s varient en fonction du niveau de formation. Celles-ci sont détaillés ci-dessous.

## 1<sup>er</sup> STAGE

**QUEL EST LE PROFIL DE L'ÉTUDIANT.E DE DEBUT DE 2<sup>ème</sup> ANNÉE ?** L'étudiant.e a suivi un enseignement à temps plein qui lui a permis de développer de solides fondations en analyse et s'est initié.e aux fondamentaux du marketing et de la communication, au retail et à l'expérience client, à l'événementiel et aux relations publiques; il.elle possède également une bonne maîtrise des nouveaux médias, outils et techniques digitales et de l'univers du Luxe, pour s'engager sur la mise en œuvre de stratégies opérationnelles.

Durant leur stage de début de 2<sup>ème</sup> année, les étudiant.e.s pourront réaliser les projets suivants au sein de votre entreprise :

### LUXURY ENVIRONMENT

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



### **SALES, RETAIL & VISUAL MERCHANDISING**

- Développer le chiffre d'affaires et la rentabilité d'un espace de vente en participant à la mise en place et à la réussite des opérations commerciales qui animent les boutiques.
- Développer l'expérience client en boutique et assurer un service client d'excellence.
- 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.

### **RELATIONS PUBLIQUES (RP) & EVENEMENTIEL**

- Accompagner la mise en œuvre d'opérations de relations publiques pour promouvoir les marques de luxe et leur image de marque.
- Organiser et coordonner des événements de lancement de produits, de présentations de presse, de soirées de gala, de salons et d'autres activités promotionnelles.
- Développer les relations avec les médias, y compris la rédaction et la diffusion de communiqués de presse, la mise en place de séances de photos et la tenue de conférences de presse.

### **MARQUE & STRATÉGIE MARKETING**

- Mener un benchmark des concurrents.
- Conduire un audit de marque et de son territoire de communication dans son écosystème digital.
- Mener un audit de marque dans son écosystème digital et identifier les problématiques.
- Assister la conduite d'études d'image.
- Actionner les leviers du marketing digital (site internet, réseaux sociaux, email...) au service de la stratégie marketing globale.

### **COMMUNICATION & MEDIA**

- Définir une stratégie de communication cross canal et préparer le brief créatif.
- Décliner un concept créatif sur les différents supports et canaux.

### **SITE INTERNET**

- Créer et gérer un site internet avec WORDPRESS.

### **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.

### **ANALYSE DE MARCHÉ & DES CONSOMMATEURS**

- Analyser les macro-tendances et leur impact à CT et LT.
- Assurer une veille concurrentielle et technologique.
- Piloter des études de marché qualitatives et quantitatives.
- Rechercher des insights stratégiques et opérationnels.

### **GESTION DE PROJET**

- Élaborer et planifier le cahier des charges.
- Définir les rôles des partenaires dans le processus de collaboration.
- Mettre en place les outils collaboratifs (TEAMS, Miro, Google Workspace) pour partager les informations nécessaires à l'exécution des tâches.



**RÉMUNÉRATION** - La fourchette de rémunération mensuelle brute conseillée pour nos étudiants de Bachelor 2<sup>ème</sup> année se situe entre 500.- CHF et 1500.- CHF. Rémunération différente à l'étranger.

---