

Certificat Avancé

Customer Experience de Luxe et Mode





Certificat Avancé Customer Experience de Luxe et Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne
- » Dirigé aux: professionnels de diverses disciplines académiques qui souhaitent approfondir le nouveau scénario qui émerge dans le monde du luxe, ses opportunités de croissance et de commercialisation

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/ecole-de-commerce/diplome-universite/diplome-universite-customer-experience-luxe-mode

Sommaire

01	02	03	04
Accueil	Pourquoi étudier à TECH?	Pourquoi notre programme?	Objectifs
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 4</i>	<i>page 6</i>	<i>page 10</i>	<i>page 14</i>
05	06	07	08
Structure et contenu	Méthodologie	Profil de nos étudiants	Direction de la formation
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
<i>page 18</i>	<i>page 26</i>	<i>page 34</i>	<i>page 38</i>
	09	10	11
	Impact sur votre carrière	Bénéfices pour votre entreprise	Diplôme
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	<i>page 42</i>	<i>page 46</i>	<i>page 50</i>

01 Accueil

Le développement croissant de produits de luxe destinés au continent asiatique, sur la base du concept européen, nous invite à un voyage dans le temps qui nous montre comment un même modèle économique évolue en fonction de la période historique et de la situation géographique dans laquelle il est développé. Avec ce programme, les étudiants découvriront les aspects clés qui définissent le processus de décision d'achat du consommateur de luxe. Ils seront en mesure d'adapter leurs propres projets et décisions commerciales à ce type de consommateurs, en observant leur mode de vie et leurs préférences. Elle constitue donc un atout majeur pour la qualité de la carrière professionnelle des étudiants.



Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode
TECH Université Technologique



“

Il se penche sur les piliers du Marketing pour dynamiser l'industrie du luxe grâce à diverses stratégies qui garantissent un Customer Experience cinq étoiles”

02

Pourquoi étudier à TECH?

TECH est la plus grande École de Commerce 100% en ligne au monde. Il s'agit d'une École de Commerce d'élite, avec un modèle des plus hauts standards académiques. Un centre international de perfectionnement des compétences en gestion intensive et en haute performance.



“

TECH est une université à la pointe de la technologie, qui met toutes ses ressources à la disposition de l'étudiant pour l'aider à réussir dans son entreprise”

À TECH Université Technologique



Innovation

L'université offre un modèle d'apprentissage en ligne qui combine les dernières technologies éducatives avec la plus grande rigueur pédagogique. Une méthode unique, mondialement reconnue, qui vous procurera les clés afin d'être en mesure d'évoluer dans un monde en constante mutation, où l'innovation doit être le principale défi de tout entrepreneur.

"Microsoft Europe Success Story" pour avoir intégré dans nos programmes l'innovant système de multi-vidéos interactives.



Les plus hautes exigences

Les critères d'admission pour TECH ne sont pas économiques. Il ne faut pas faire un grand investissement pour étudier dans cette université. Cependant, pour obtenir un diplôme de TECH, les limites de l'intelligence et des capacités de l'étudiant seront testées. Les normes académiques de cette institution sont très élevées...

95%

des étudiants de TECH finalisent leurs études avec succès



Networking

Des professionnels de tous les pays collaborent avec TECH, ce qui vous permettra de créer un vaste réseau de contacts qui vous sera particulièrement utile pour votre avenir.

+100.000

dirigeants formés chaque année

+200

nationalités différentes



Empowerment

L'étudiant évoluera aux côtés des meilleures entreprises et des professionnels de grand prestige et de grande influence. TECH a développé des alliances stratégiques et un précieux réseau de contacts avec les principaux acteurs économiques des 7 continents.

+500

accords de collaboration avec les meilleures entreprises



Talents

Ce programme est une proposition unique visant à faire ressortir le talent de l'étudiant dans le domaine des affaires. C'est l'occasion de faire connaître leurs préoccupations et leur vision de l'entreprise.

TECH aide les étudiants à montrer leur talent au monde entier à la fin de ce programme.



Contexte Multiculturel

Les étudiants qui étudient à TECH bénéficieront d'une expérience unique. Vous étudierez dans un contexte multiculturel. Grâce à un programme à vision globale, vous découvrirez différentes manières de travailler dans différentes parties du monde. Vous serez ainsi en mesure de sélectionner ce qui convient le mieux à votre idée d'entreprise.

Nous comptons plus de 200 nationalités différentes parmi nos étudiants.

TECH recherche l'excellence et, à cette fin, elle possède une série de caractéristiques qui en font une université unique:



Analyse

TECH explore le côté critique de l'apprenant, sa capacité à remettre les choses en question, ses aptitudes à résoudre les problèmes et ses compétences interpersonnelles.



Excellence académique

TECH offre aux étudiants la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne. L'université combine la méthode Relearning (la méthode d'apprentissage de troisième cycle la plus reconnue au niveau international) avec l'Étude de cas. Un équilibre difficile entre tradition et avant-garde, dans le cadre d'un itinéraire académique des plus exigeants.



Économie d'échelle

TECH est la plus grande université en ligne du monde. Elle possède un portefeuille de plus de 10.000 diplômes de troisième cycle. Et dans la nouvelle économie, **volume + technologie = prix de rupture**. Ainsi, les études ne sont pas aussi coûteuses que dans une autre université.



Apprenez auprès des meilleurs

L'équipe d'enseignants de TECH explique en classe ce qui les a conduits au succès dans leurs entreprises, en travaillant dans un contexte réel, vivant et dynamique. Des enseignants qui s'engagent pleinement à offrir une spécialisation de qualité permettant aux étudiants de progresser dans leur carrière et de se distinguer dans le monde des affaires.

Des professeurs de 20 nationalités différentes.



À TECH, vous aurez accès aux études de cas les plus rigoureuses et les plus récentes du monde académique”

03

Pourquoi notre programme?

Suivre le programme TECH, c'est multiplier les possibilités de réussite professionnelle dans le domaine de la gestion supérieure des affaires.

C'est un défi qui implique des efforts et du dévouement, mais qui ouvre les portes d'un avenir prometteur. Les étudiants apprendront auprès de la meilleure équipe d'enseignants et avec la méthodologie éducative la plus flexible et la plus innovante.



“

Nous disposons d'une corps enseignant hautement qualifié et du programme didactique le plus complet du marché, ce qui nous permet de vous offrir une formation du plus haut niveau académique”

Ce programme offrira une multitude d'avantages professionnels et personnels, dont les suivants:

01

Donner un élan définitif à la carrière de l'étudiant

En étudiant à TECH, les étudiants seront en mesure de prendre en main leur avenir et de développer tout leur potentiel. À l'issue de ce programme, vous acquerez les compétences nécessaires pour apporter un changement positif à votre carrière en peu de temps.

70% des participants à cette spécialisation réalisent un changement positif dans leur carrière en moins de 2 ans.

02

Vous développerez une vision stratégique et globale de l'entreprise

TECH offre une vision approfondie de la gestion générale pour comprendre comment chaque décision affecte les différents domaines fonctionnels de l'entreprise.

Notre vision globale de l'entreprise améliorera votre vision stratégique.

03

Consolider les étudiants en gestion supérieure des affaires

Étudier à TECH, c'est ouvrir les portes d'un panorama professionnel de grande importance pour que les étudiants puissent se positionner comme des managers de haut niveau, avec une vision large de l'environnement international.

Vous travaillerez sur plus de 100 cas réels de cadres supérieurs.

04

Vous assumerez de nouvelles responsabilités

Au cours du programme, les dernières tendances, évolutions et stratégies sont présentées, afin que les étudiants puissent mener à bien leur travail professionnel dans un environnement en mutation.

À l'issue de cette formation, 45% des stagiaires sont promus en interne.

05

Vous aurez accès à un important réseau de contacts

TECH met ses étudiants en réseau afin de maximiser les opportunités. Des étudiants ayant les mêmes préoccupations et le désir de se développer. Ainsi, ils peuvent partager des partenaires, des clients ou des fournisseurs.

Vous trouverez un réseau de contact essentiel à votre développement professionnel.

06

Développer des projets d'entreprise de manière rigoureuse

Les étudiants acquerront une vision stratégique approfondie qui les aidera à élaborer leur propre projet, en tenant compte des différents domaines de l'entreprise.

20% de nos étudiants développent leur propre idée entrepreneuriale.

07

Améliorer les *soft skills* et les compétences de gestion

TECH aide les étudiants à appliquer et à développer les connaissances acquises et à améliorer leurs compétences interpersonnelles pour devenir des leaders qui font la différence.

Améliorez vos compétences en communication ainsi que dans le domaine du leadership pour booster votre carrière professionnelle.

08

Vous ferez partie d'une communauté exclusive

L'étudiant fera partie d'une communauté de managers d'élite, de grandes entreprises, d'institutions renommées et de professeurs qualifiés issus des universités les plus prestigieuses du monde: la communauté TECH Université de Technologie.

Nous vous donnons la possibilité de vous spécialiser auprès d'une équipe de professeurs de renommée internationale.

04 Objectifs

Ce programme est conçu pour améliorer le traitement de la clientèle et les différents attributs de la mode et du luxe grâce aux outils du Marketing, à une question de réadaptation continue et à une connaissance approfondie des habitudes et du style de vie du client. L'étudiant de ce Certificat Avancé sera capable d'évaluer l'impact des héritages culturels sur les campagnes de marketing et le produit de luxe, ainsi que de se plonger dans la psychologie du consommateur, en comprenant tout ce qui entoure le monde de la mode et les messages de vente qu'il produit. Vous acquerez les outils nécessaires pour comprendre votre rôle dans une entreprise qui vend de l'exclusivité.



“

Afin de servir le client de la mode, il est nécessaire de se concentrer sur des concepts tels que l'apparence, le style de vie et les tendances liées au goût. Renforcez votre leadership dans ce secteur en apprenant à connaître vos clients en profondeur”

TECH prend en compte les objectifs de ses étudiants Ils travaillent ensemble pour les atteindre

Le **Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode** permet à l'apprenant de:

01

Comprendre l'impact des héritages culturels sur les campagnes de Marketing, le produit de luxe et la psychologie du consommateur, en comprenant qu'un vêtement à vendre n'est qu'un message visuel lancé directement dans le subconscient d'une société

03

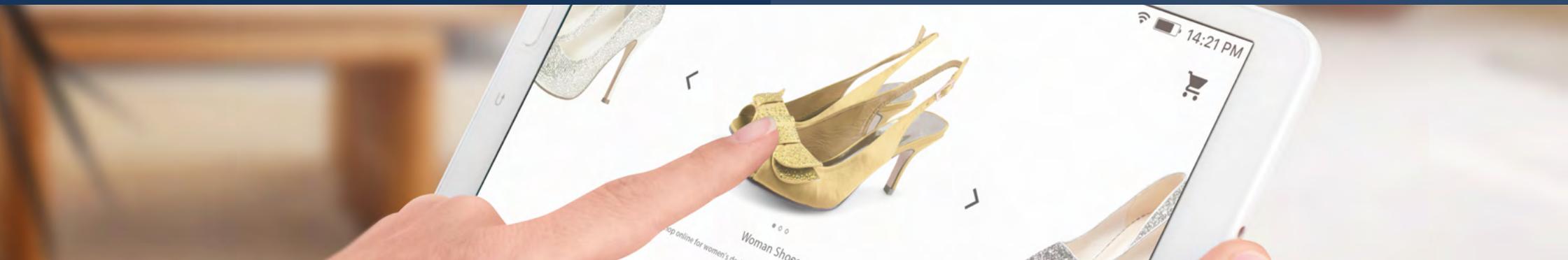
Savoir quelles sont les étapes du processus d'achat du consommateur et quels sont les aspects psychologiques et sociaux qui peuvent affecter le comportement du consommateur

02

Détecter le comportement d'achat du consommateur de luxe et savoir quels sont les motifs, les désirs, les besoins ou les raisons qui poussent le consommateur à acheter un produit ou un service

04

Identifiez les signes de changement et transformez-les en opportunité en produisant un rapport de tendances prédictif qui minimise les risques et optimise les ressources avant les concurrents Comprendre comment ces connaissances peuvent constituer un avantage concurrentiel pour une entreprise ou une marque



05

Comprendre comment la stratégie de marketing d'une marque est construite pour rendre les campagnes plus efficaces et comment cela est lié dans un exercice de perception, d'interprétation et de projection visuelle avec l'identité du récepteur du message que nous envoyons sous la forme d'une robe, d'un T-shirt, d'un accessoire, d'un parfum, d'une voiture, d'une décoration ou de services *luxury*

07

Connaître et utiliser la terminologie clé appropriée, tant en interne qu'en externe



06

Acquérir les connaissances nécessaires pour appliquer différentes stratégies de Marketing en fonction du produit, de la marque et/ou de l'entreprise

08

Comprendre l'importance de réaliser une analyse et une introspection de l'entreprise avant de fixer nos objectifs et de planifier et concevoir une campagne de Marketing optimale pour obtenir les meilleurs résultats

05

Structure et contenu

Le programme de ce Certificat Avancé a été élaboré par plusieurs professionnels de la mode, du Marketing et des secteurs connexes, qui ont mis leurs connaissances et leur expérience au service d'un programme d'études complet et actualisé. Il couvre les derniers développements dans l'industrie, avec un accent particulier sur les nouvelles technologies. Son format 100% en ligne permettra aux étudiants de l'étudier au moment et à l'endroit qui conviennent le mieux à leur disponibilité, à leur emploi du temps et à leurs intérêts, dans un délai de 6 mois. Une fois diplômé, le professionnel aura maîtrisé les outils permettant de réaliser une expérience satisfaisante avec la clientèle la plus sélective.



“

Vous prendrez de meilleures décisions de gestion lorsque vous traiterez avec des clients de luxe grâce aux connaissances de ce Certificat Avancé”

Programme d'études

Le Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode et la mode de TECH Université Technologique prépare les étudiants à maîtriser, à un niveau expert, le service client axé sur un consommateur exclusif.

Le contenu du programme est conçu pour promouvoir le développement des compétences élevées exigées par ce service, ainsi que pour donner à l'étudiant la possibilité de se développer professionnellement dans ce secteur avec des méthodologies et des compétences nécessaires à tout leader du secteur de la mode.

Ainsi, ce Certificat Avancé traite en profondeur des fondamentaux du traitement et de la fidélisation du client, des environnements dans lesquels il s'applique et de la maîtrise de l'univers numérique, renforcé après l'impact de COVID-19. En somme, les meilleurs experts du secteur ont conçu un syllabus dans lequel ils ont synthétisé le contenu que le professionnel doit connaître, afin que l'étudiant puisse atteindre l'excellence dans un domaine aussi compétitif que la mode et le luxe.

Ce Certificat Avancé se déroule sur 6 mois et est divisé en 3 modules:

Module 1.

Mode et luxe en Europe et en Asie

Module 2.

Customer centric strategy & Predictive Marketing

Module 3.

Nouvelles expériences dans l'univers de la mode et du luxe



Où, quand et comment l'enseignement est dispensé?

TECH vous offre la possibilité de développer ce Customer Experience de Luxe et Mode entièrement en ligne. Pendant les 6 mois de formation, vous pourrez accéder à tout moment à l'ensemble des contenus de ce programme, ce qui vous permettra d'autogérer votre temps d'étude.

Mettez à jour votre portefeuille de connaissances pour rester au fait des derniers développements commerciaux dans le secteur de la mode et du luxe.

Module 1. Mode et luxe en Europe et en Asie

1.1. Le progrès en Europe

- 1.1.1. Le véritable héritage du luxe
- 1.1.2. Les apparences comme distinction sociale
- 1.1.3. L'individualisme et le progrès

1.2. Vers un nouveau luxe

- 1.2.1. L'art associé au luxe
- 1.2.2. Le style italien
- 1.2.3. Le plaisir personnel et le plaisir social

1.3. L'impact du consumérisme en France

- 1.3.1. L'austérité contre la joie d'acheter
- 1.3.2. Leaders d'opinion en mode: Madame Pompadour
- 1.3.3. Les clés actuelles de la première influencer: Marie Antoinette

1.4. La pertinence de l'artisanat espagnol

- 1.4.1. *Know How* de l'atelier espagnol
- 1.4.2. Les boutiques comme centres d'interaction sociale
- 1.4.3. L'extension du luxe à toutes les classes sociales

1.5. L'influence des élites dans l'industrie

- 1.5.1. Les citoyens de première classe et les survivants de seconde classe
- 1.5.2. Poiret et son idée de la mode
- 1.5.3. La haute couture comme symbole de distinction

1.6. Une nouvelle femme: une femme de mode

- 1.6.1. La fin des uniformes, la fin de la guerre et l'après-guerre
- 1.6.2. La révolution créative comme modèle économique chez Chanel
- 1.6.3. L'ère des grands designers: de Dior à Givenchy

1.7. La démocratisation de l'industrie de la mode et du luxe

- 1.7.1. La minijupe
- 1.7.2. La superficialité et le plaisir personnel
- 1.7.3. Le luxe comme générateur de culture

1.8. L'héritage du marché asiatique

- 1.8.1. L'ostentation silencieuse des empereurs asiatiques
- 1.8.2. La route de la soie
- 1.8.3. L'ouverture vers le monde occidental

1.9. L'expérience sensorielle dans Moyen Orient

- 1.9.1. Les trésors de l'architecture et de la nature: palais et jardins
- 1.9.2. L'étalage de richesse: l'âge d'or
- 1.9.3. Les centres commerciaux de luxe, parfums et épices

1.10. L'exclusivité: la robe comme oeuvre d'art

- 1.10.1. Les exigences d'une oeuvre d'art
- 1.10.2. Les normes élevées de l'exclusivité
- 1.10.3. Expositions temporaires: le luxe comme témoignage historique et vitrine des grandes marques

Module 2. Customer centric strategy & Predictive Marketing**2.1. Fashion Engagement**

- 2.1.1. Le style de vie du client de luxe
- 2.1.2. Identité individuelle et projection vers la marque
- 2.1.3. L'impact du langage visuel

2.2. L'engagement dans le luxe de luxe

- 2.2.1. Le style de vie du client du luxe: valeurs et priorités
- 2.2.2. La dynamique de la consommation dans l'univers du luxe
- 2.2.3. Découverte du *retail* et le *e-tail* luxe

2.3. Tendances chez les milléniaux Et Z: les prosommateurs

- 2.3.1. Nouvelles préférences d'achat
- 2.3.2. La participation et le prosommateur
- 2.3.3. Les habitudes d'achat dans l'industrie du luxe

2.4. Le nouveau Parcours Client de la mode et du luxe

- 2.4.1. La prise de décision dans l'achat de produits de luxe
- 2.4.2. La collecte d'informations et la décision d'achat
- 2.4.3. Évaluation des produits et service après-vente

2.5. Nouvelles préférences du consommateur de luxe

- 2.5.1. Le rythme des tendances de la mode
- 2.5.2. Les habitudes de consommation dans le nouveau scénario
- 2.5.3. Qui est aux commandes dans le secteur du luxe?

2.6. Comportement actuel des consommateurs en matière de mode

- 2.6.1. Nouveauté, tendance et *hype*
- 2.6.2. Macro-tendances et micro-tendances
- 2.6.3. Le cycle de diffusion et la théorie de l'innovation en matière de conception

2.7. Big Data & Predictive Marketing

- 2.7.1. Entre art et science
- 2.7.2. L'interprétation scientifique des faits sociaux
- 2.7.3. Marketing prédictif

2.8. Marketing expérientiel dans l'industrie de la parfumerie

- 2.8.1. La beauté comme porte d'entrée du luxe
- 2.8.2. L'expérience multisensorielle
- 2.8.3. Eco-cosmétiques et marques de niche

2.9. Dynamique du concept store: l'image de marque en dehors du produit

- 2.9.1. Le marketing par la valeur immatérielle
- 2.9.2. Art, culture et design dans un espace physique
- 2.9.3. Le format numérique de l'expérience utilisateur

2.10. Tendances de la consommation en matière de mode et de luxe après le COVID-19

- 2.10.1. Changements irréversibles après la pandémie
- 2.10.2. Des achats pour l'avenir
- 2.10.3. L'intégration de la technologie et de la durabilité dans l'esprit du nouveau consommateur

Module 3. Nouvelles expériences dans l'univers de la mode et du luxe

3.1. Haute couture management

- 3.1.1. *Fashion Weeks* et haute couture
- 3.1.2. *Timing* dans l'industrie du luxe
- 3.1.3. Modèles post- COVID

3.2. Fashion Event Management

- 3.2.1. Gestion d'événements de luxe
- 3.2.2. Les incontournables nationaux et internationaux
- 3.2.3. Évaluation et feedback B2B

3.3. Luxury fashion trends

- 3.3.1. *Slow Fashion*: réinventer les cycles de la mode cycles
- 3.3.2. Eco-Luxe: quand la durabilité entre en jeu
- 3.3.3. KPIs stratégiques pour les marques durables

3.4. Analytics Marketing

- 3.4.1. Diagnostic de situation: une marque de mode sur le marché du luxe
- 3.4.2. Des objectifs réels et réalisables
- 3.4.3. Des mesures à repenser de la stratégie

3.5. Techniques d'analyse des capacités

- 3.5.1. Les ressources disponibles: acquisition de la clientèle, fidélisation de la clientèle et service à la clientèle
- 3.5.2. Indicateurs pour l'évaluation de la capacité entrepreneuriale
- 3.5.3. Gestion et exploitation de la réalité

3.6. De l'analyse SWOT à l'Océan Bleu

- 3.6.1. L'industrie de la mode, l'industrie du luxe
- 3.6.2. Application de l'analyse SWOT et de la Matrice de Rice
- 3.6.3. L'épicentre de l'Océan Bleu

3.7. Marketing personnalisé sur le marché du luxe

- 3.7.1. Alignement des clients et des campagnes
- 3.7.2. Messages clés en fonction du type de client
- 3.7.3. La stratégie de communication des marques de mode

3.8. L'orchestre omnicanal derrière le la pandémie

- 3.8.1. L'harmonie dans l'intégration des canaux
- 3.8.2. Optimiser le canal hors ligne
- 3.8.3. Les avantages du canal en ligne

3.9. De la réflexion stratégique aux actions tactiques dans la Haute Couture

- 3.9.1. Tactiques appliquées à la mode dans le secteur du luxe
- 3.9.2. Mettre la réflexion en pratique
- 3.9.3. Intégrer les tactiques dans la stratégie globale

3.10. Métriques pour l'évaluation de de la Marketing de haute couture

- 3.10.1. Résultats, impressions en chiffres
- 3.10.2. Analyse avancée
- 3.10.3. La reformulation de la stratégie



06

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.





“

Découvrez le Relearning, un système qui laisse de côté l'apprentissage linéaire conventionnel au profit des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui a prouvé son énorme efficacité, notamment dans les matières dont la mémorisation est essentielle”

TECH Business School utilise l'Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu.

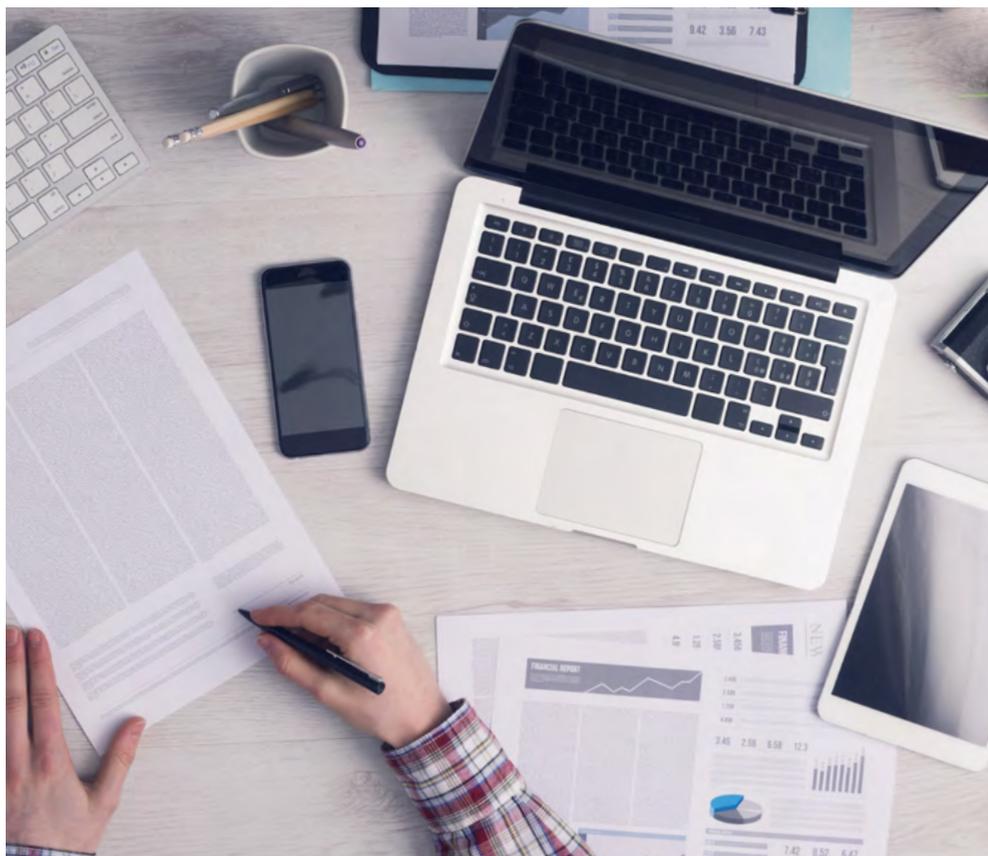
Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Notre programme vous prépare à relever les défis commerciaux dans des environnements incertains et à faire réussir votre entreprise.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est un parcours de formation intensif, créé de toutes pièces pour offrir aux managers des défis et des décisions commerciales au plus haut niveau, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et commerciale la plus actuelle.

“*Vous apprendrez, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, la résolution de situations complexes dans des environnements professionnels réels*”

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des Études de Cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe différents éléments didactiques dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

Notre système en ligne vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps. Vous pourrez accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou mobile doté d'une connexion Internet.

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre école de commerce est la seule école autorisée à employer cette méthode fructueuse. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Stages en compétences de gestion

Ceux-ci mèneront des activités visant à développer des compétences de gestion spécifiques dans chaque domaine thématique. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités dont un cadre supérieur a besoin dans le contexte de la mondialisation dans lequel nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la direction d'entreprise sur la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont évaluées et réévaluées périodiquement tout au long du programme, par des activités et des exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07

Profil de nos étudiants

Ce Certificat Avancé est conçu pour les professionnels et les étudiants de diverses disciplines académiques qui souhaitent se plonger dans le nouveau scénario qui se présente dans le monde du luxe, ceux qui sont capables de poser des défis et des opportunités de croissance et de marketing, centrés à 100% sur le client. Pour cette raison, le corps étudiant est diversifié et provient de différents secteurs ayant des intérêts communs: le Marketing, la mode et le luxe.

Cette diversité de participants aux profils académiques différents et de nationalités multiples constitue l'approche multidisciplinaire de ce programme. Le développement d'une connaissance approfondie du Marketing dans l'industrie du luxe leur permettra de trouver l'équilibre entre le talent créatif et analytique et de faire face aux changements économiques et sociaux avec agilité à offrir le meilleur service.





“

Ce Certificat Avancé est l'opportunité que vous recherchez pour faire le saut définitif vers le monde des affaires dans le secteur du luxe et du service à la clientèle"

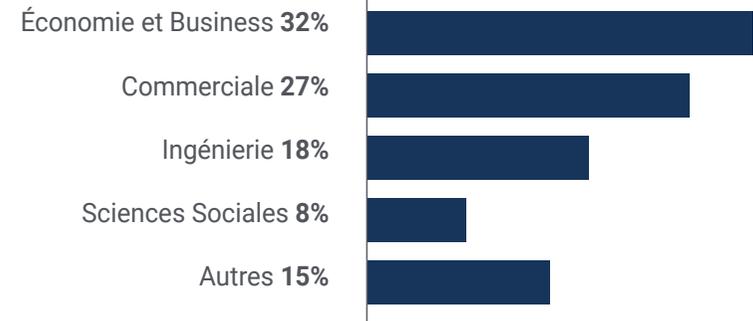
Moyenne d'âge

Entre **35** et **45** ans

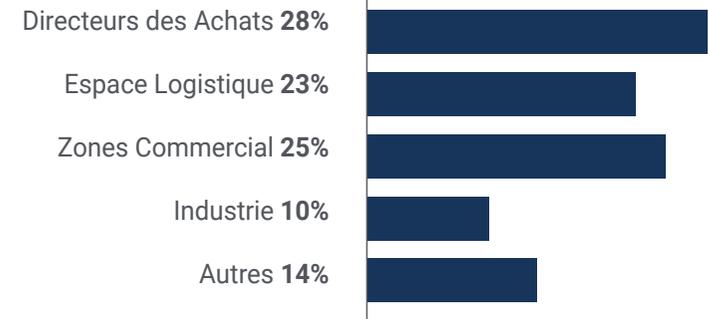
Années d'expérience



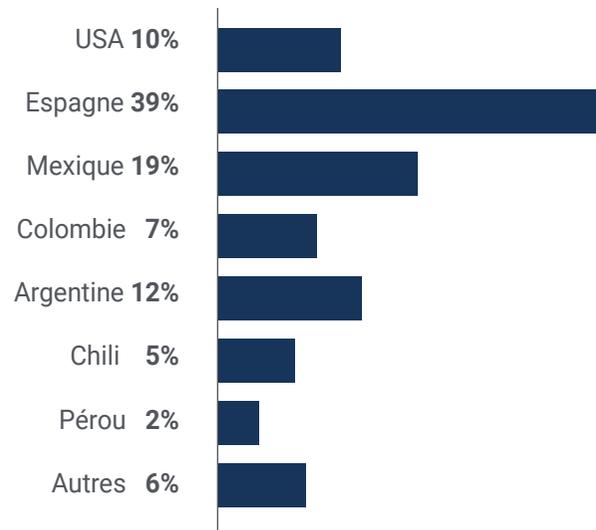
Formation



Profil académique



Distribution géographique



Esther Asensio

Propriétaire d'un magasin de luxe multimarques

"Suite à la situation que Covid-19 a générée dans mon magasin, j'ai ressenti le besoin de transférer le traitement exquis que mon équipe donne aux clients dans le magasin également à travers des plateformes en ligne comme le web ou les réseaux sociaux avec la même approche personnalisée. Ce Certificat Avancé nous a donné les outils pour y parvenir"

08

Direction de la formation

Le corps enseignant du programme comprend des experts de premier plan dans le domaine du Marketing et de la Mode orientés vers le luxe, qui apportent à ce programme proposé l'expérience de leurs années de travail et le lien qu'ils ont entretenu tout au long de leur carrière professionnelle avec cet environnement exclusif. D'autres experts au prestige reconnu dans des domaines connexes participent également à sa conception et à sa préparation, complétant le programme de manière interdisciplinaire, ce qui en fait une expérience académique unique pour l'étudiant.



“

Pour traiter avec un client qui consomme du luxe, il est essentiel de connaître son profil sans tomber dans les étiquettes. Les enseignants de ce Certificat vous guident pour que votre expérience soit plus que satisfaisante”

Directeur invité international

Andrea La Sala est un directeur expérimenté en Marketing dont les projets ont eu un impact significatif sur l'environnement de la Mode. Tout au long de sa carrière, il a développé différentes tâches liées aux Produits, Merchandising et Communication. Tout cela dans le cadre de marques prestigieuses telles que Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre autres.

Les résultats de ce cadre international de haut niveau sont liés à sa capacité avérée à synthétiser les informations dans des cadres clairs et à exécuter des actions concrètes alignées sur des objectifs commerciaux spécifiques. En outre, il est reconnu pour sa proactivité et son adaptation à des rythmes de travail rapides. En outre, il possède une forte sensibilité commerciale, une vision du marché et une véritable passion pour les produits.

En tant que Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani, il a supervisé une variété de stratégies de marketing pour les vêtements et les accessoires. Ses tactiques se sont également concentrées sur les besoins et le comportement des détaillants et des consommateurs. À ce titre, M. La Sala a également été responsable de la commercialisation des produits sur les différents marchés, en tant que chef d'équipe dans les départements du Design, de la Communication et des Ventes.

D'autre part, dans des entreprises telles que Calvin Klein ou Gruppo Coin, il a entrepris des projets visant à promouvoir la structure, le développement et la commercialisation de différentes collections. Il a également été chargé de créer des calendriers efficaces pour les campagnes d'achat et de vente. Il a également géré les conditions, les coûts, les processus et les délais de livraison pour différentes opérations.

Ces expériences ont fait d'Andrea La Sala l'un des principaux et plus qualifiés dirigeants d'entreprise dans le secteur de la Mode et du Luxe. Ses grandes capacités managériales lui ont permis de mettre en œuvre efficacement le positionnement positif de différentes marques et de redéfinir leurs indicateurs clés de performance (KPI).



M. La Sala, Andrea

- Directeur Mondial de la Marque et du Merchandising chez Giorgio Armani
- Directeur du Merchandising chez Calvin Klein
- Directeur de Marque chez Gruppo Coin
- Brand Manager chez Dolce & Gabbana
- Brand Manager chez Sergio Tacchini S.p.A
- Analyste de marché chez Fastweb
- Diplôme de Business and Economics à l'Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Grâce à TECH, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



Mme García Barriga, María

- ♦ Professionnel du Marketing Numérique
- ♦ Plus de 15 ans d'expérience dans la génération de contenus de différents types: logistique et distribution, mode et littérature ou conservation du patrimoine artistique
- ♦ Elle a travaillé dans de grands médias tels que RTVE et Telemadrid
- ♦ Diplôme en Sciences de l'Information de l'UCM
- ♦ Diplôme de Troisième Cycle en Marketing et Communication dans les Entreprises de Mode et de Luxe de l'UCM
- ♦ MBA de l'ISEM Fashion Business School, l'École de Commerce de la Mode de l'Université de Navarre
- ♦ Doctorant en Création de Tendances de Mode
- ♦ Auteur de *Le modèle de l'éternité: création d'une identité en spirale pour l'automatisation des tendances de la mode*

Professeurs

Mme Vela Covisa, Susana

- ♦ Directrice de l'agence Polka Press Communication, fondatrice et directrice de la Passerelle Atelier Couture et animatrice et coordinatrice de l'espace Sustainable Experience de MOMAD
- ♦ Technicien Supérieur de Mode, avec une formation supplémentaire en Mode Durable, Spécialisé en éco design, Mode et Communication
- ♦ Responsable de différents départements de mode depuis plus de 30 ans, notamment de la communication de diverses marques, des cabinets de presse, des agences, des projets de mode, des foires et des passerelles internationales, ainsi que dans l'organisation d'événements dans le secteur
- ♦ Professeur et Tutrice dans différentes Universités, Écoles de Commerce et Centres de Formation, tels que l'IED, l'Université Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing et l'École de mode ELLE

Mme Molinero Trinchet, Claudia

- ♦ Product Marketing Manager chez Farlabo et a travaillé pendant plusieurs années dans le secteur de la Mode et de la Beauté dans des entreprises telles que LOEWE, Marionnaud et Courel Comunication
- ♦ Diplômée en Communication Audiovisuelle et en Publicité et Relations Publiques de l'Université San Pablo CEU
- ♦ Master en Gestion des Affaires de la Mode en 2019 à l'ISEM, Université de Navarre
- ♦ Cours à l'École de Journalisme et de Communication Unité Éditorial de Coolhunting et l'Analyse des Tendances pour Telva Magazine et Yo Dona
- ♦ Collaborateur du programme Officiel Live du MBFWM pour trois éditions

Dr Alarcón, Patricia

- ◆ Consultant en Communication et enseignant
- ◆ Directrice de la Communication du Groupe Quironsalud à Malaga, responsable des Relations Institutionnelles au CIT et Chef de Projet au Centre des Foires et des Congrès de Malaga, où elle se concentre sur l'organisation d'événements et sur la Durabilité et la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE)
- ◆ Expert en Communication, enseignant et humaniste
- ◆ Diplôme de Journalisme de l'Université de Malaga (UMA)
- ◆ Étudiant en échange à la Haagse Hogeschool de La Haye (Pays-Bas) et étudiant en échange à l'Université de Santiago de Compostela (USC)
- ◆ Doctorat en Philologie Hispanique à l'UNED, où elle a obtenu le DEA
- ◆ Master en Formation des Enseignants
- ◆ Diplôme également en sciences Humaines de l'Université internationale de La Rioja
- ◆ Doctorat en sciences Humaines et Société Numérique de la même institution
- ◆ Technicien de la Communication dans des entités telles que l'America's Cup et dans la presse écrite Collaborateur de Cope Malaga, de Cadena Cope à Madrid et du journal La Razón. Collaboratrice du Grupo Hearst et du Grupo Planeta, elle participe à des reportages et des contenus dans des magazines tels que AR et Psychologies, spécialisés dans la Société et la Culture
- ◆ Collaborateur du supplément Santé du Journal La Razón et fondateur de programmes radiophoniques tels que Málaga se cuida, sur Cope Malaga

Mme Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Mise en scène créative de différentes œuvres théâtrales, en mettant l'accent sur le symbolisme de l'image. Elle a également été sollicitée par des designers et des marques pour collaborer avec leurs départements de Direction Créative et de Rebranding
- ◆ Spécialisée dans la Création Artistique et l'Analyse des Tendances de la mode
- ◆ Diplômée en Arts du Spectacle de l'ESAD de Murcie
- ◆ Diplôme en Relations Internationales pour le Marketing de l'ITC Sraffa de Milan
- ◆ Maîtrise en Production de Mode, Éditorial et Design de Mode de l'American Modern School of Design à Buenos Aires - Argentine
- ◆ Elle a un large éventail d'emplois, allant du conseil en image à la gestion de l'image, *showrooms* et la mise en œuvre de *concept stores*, *coolhunting*, en devenant productrice et éditrice de mode dans différents éditeurs, agences et entreprises

09

Impact sur votre carrière

TECH est conscients qu'entreprendre un programme de cette nature représente un investissement financier, professionnel et bien sûr, personnel important. L'objectif ultime de cet effort important doit être de parvenir à une croissance professionnelle et maintenant plus que jamais, il est temps.



“

TECH veut vous voir grandir, il veut vous former à votre succès professionnel. L'implication est maximale pour élever votre niveau et vous faire atteindre vos objectifs de travail"

Prêt à franchir le pas? Une excellente amélioration professionnelle est en attente

Le Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode de TECH est un programme intensif qui prépare les étudiants à relever des défis et à prendre des décisions créatives et stratégiques pour atteindre leurs objectifs. Vous aider à réussir n'est pas seulement l'objectif de l'étudiant, c'est aussi l'objectif de l'éducation d'élite TECH pour tous.

Ne manquez pas l'opportunité offerte par TECH et investissez dans votre avenir.

Si vous souhaitez changer votre profession de façon positive, le Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode vous aidera à y parvenir.

Le moment du changement



Type de changement



Amélioration du salaire

La réalisation de ce programme se traduit par une augmentation de salaire de plus de 25,22% pour nos stagiaires



10

Bénéfices pour votre entreprise

Le Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode vise à élever les compétences des managers potentiels, une évaluation que les entreprises doivent prendre en compte pour disposer d'une équipe de haut niveau et obtenir la satisfaction du client. Plus leurs professionnels sont formés, plus la probabilité de succès, de ventes et de motivation du groupe est grande. Il est prouvé qu'une grande équipe favorise la réalisation des objectifs, aussi la formation d'experts au sein d'une même entreprise contribue-t-elle à l'épanouissement professionnel de son personnel, pariant ainsi, comme TECH, sur l'excellence. C'est pourquoi ce programme est une occasion unique pour les entreprises d'avoir les meilleurs éléments dans leur équipe et d'atteindre les objectifs fixés.



“

Atteignez les objectifs de vente proposés et démarquez-vous dans votre organisation commerciale grâce aux techniques spécifiques de ce Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode"

Développer et retenir les talents dans les entreprises est le meilleur investissement à long terme.

01

Accroître les talents et le capital intellectuel le capital intellectuel

Le professionnel apportera à l'entreprise de nouveaux concepts, stratégies et perspectives susceptibles d'entraîner des changements importants dans l'organisation.

02

Conserver les cadres à haut potentiel et éviter la fuite des talents

Ce programme renforce le lien entre l'entreprise et le professionnel et ouvre de nouvelles perspectives d'évolution professionnelle au sein de l'entreprise.

03

Former des agents du changement

Vous serez en mesure de prendre des décisions en période d'incertitude et de crise, en aidant l'organisation à surmonter les obstacles.

04

Des possibilités accrues d'expansion internationale

Grâce à ce programme, l'entreprise se rapprochera des principaux marchés de l'économie mondiale.

05

Développement de projets propres

Le professionnel peut travailler sur un projet réel ou développer de nouveaux projets dans le domaine de la R&D ou du Business Development de son entreprise.

06

Accroître la compétitivité

Ce programme permettra à exiger de leurs professionnels d'acquérir les compétences nécessaires pour relever de nouveaux défis et pour faire progresser l'organisation.



11 Diplôme

Le Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Finalisez cette formation avec succès
et recevez votre Certificat Avancé sans
avoir à vous soucier des déplacements
ou des démarches administratives"*

Ce **Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode** contient le programme scientifique le plus complet et le plus actuel du marché.

Après avoir réussi les évaluations, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception le diplôme de **Certificat Avancé** par **TECH Université technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Customer Experience de Luxe et Mode**

N.° d'Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.



Certificat Avancé Customer Experience de Luxe et Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Customer Experience de Luxe et Mode