

Berluti 3.0 ou la digitalisation en plein essor d'une maison de luxe

La maison Berluti, reconnue pour ses souliers haut de gamme pour homme, a choisi [Moda Domani Institute](#), la nouvelle business school spécialisée dans les nouveaux mondes du luxe, de la mode et du design, pour venir présenter ses axes de réflexion et de développement pour les années à venir, lors d'un workshop d'une semaine.

Lundi 21 novembre 2016, les étudiants de 3^e année ont été invités à réfléchir sur la thématique de la digitalisation d'une marque de luxe. À l'occasion de ce workshop de 5 jours, les étudiants de Moda Domani Institute, ont travaillé en équipe afin de présenter leurs recommandations devant le jury de professionnels de la maison Berluti.

Matthieu PERCET, *Client director*.

Sophie GUERIN, *Marketing Service Manager*, en charge de l'animation et de l'offre de personnalisation, développe et déploie des initiatives de fidélisation et de fidélisation multicanaux pour accélérer la transformation centrée sur le client.

Pierre-Edouard PRELY, *CRM Analyst*, en charge de l'analytique du CRM, du parcours client. En amont, Pierre-Edouard profile le client Berluti, comportement, tendances, besoins et digitalisation.

Aymeric PEYROT DES GACHONS, *Retail système manager*, chef de projet en charge de la digitalisation des stores. Ancien DSI, riche d'une forte expérience en boutique (retail), en charge des outils expérientiels et de prise de commande des patines.

Barbara VAUTREY, *International Client Development Manager*

Dans un secteur où le service et la personnalisation sont l'essence même de l'expérience client, comment rester fidèle à son image de marque ?

Comment l'expérience client de la maison Berluti doit se traduire dans un contexte où le digital est un enjeu stratégique majeur ? Comment la digitalisation peut ou doit modifier l'expérience online et offline ? Comment ces jeunes connectés imaginent-ils le luxe sur internet ? Comment rester en phase avec les attentes et l'exigence des clients Berluti ? Aux étudiants de relever le challenge !

Camille Le Trung, Promo 2019 « La prestigieuse maison Berluti nous a lancé un challenge : 1 semaine pour leur formuler une recommandation sur l'expérience client online et offline. Afin de répondre à cette problématique nous nous sommes rendus dans l'ensemble des boutiques de la maison pour échanger avec le personnel puis nous avons eu 4 sessions de coaching dispensées par le top management de Berluti. Le but : être le temps d'1 semaine des membres à part entière de l'équipe dirigeante de Berluti. Durant ces quelques jours nous avons été plongés de manière concrète dans les problématiques actuelles que rencontrent les maisons de luxe et avons dû comprendre l'histoire de la maison et ses composantes pour formuler une recommandation cohérente et singulière. Ce fut une expérience riche, motivante et passionnante ! »

LES WORKSHOPS DE MODA DOMANI INSTITUTE

20% de l'enseignement des 5 premiers semestres (une semaine par mois) chez Moda Domani Institute est consacré à un workshop réunissant les étudiants durant une semaine autour d'une thématique commune. Cette formation qui unit pratique, culture projet, « team building » et sens de l'initiative, permet d'approfondir un sujet important afin qu'il devienne un réel « acquis ». **Cette formule Win-Win est particulièrement enrichissante pour les étudiants ainsi que pour les entreprises qui les challengent.**

Chaque workshop est mené par un professionnel (marque, entreprise, start-up) avec la collaboration d'un coach-enseignant.



Jury Workshop Berluti.



Etudiants 3e année, Promo 2019.

Sarah Fitoussi

Directrice du développement

Responsable communication

ISG-Moda Domani Institute

24, rue Saint-Marc - 75002 Paris

01 40 20 17 71 / 06 20 00 58 21

sarah.fitoussi@modadomani.fr

À propos de Moda Domani Institute

Créée en 2014, Moda Domani Institute est la business school spécialisée dans les nouveaux mondes du luxe, de la mode et du design. Ecole post-bac en 5 ans, elle s'adresse à tous les passionnés du luxe, de la mode et du design. Bâtie sur 3 valeurs fondamentales : la stratégie, la créativité et le numérique, l'école propose à ses étudiants une pédagogie très actuelle, une orientation très internationale et un véritable incubateur de passion. C'est la 20e école membre de IONIS Education Group, elle s'appuie sur l'expertise de trois autres écoles du Groupe : l'ISG, Sup'Internet et e-artsup. Située rue Saint Marc, dans le 2e arrondissement de Paris, Moda Domani Institute est proche des quartiers de la mode, de la création et des arts.

www.modadomani.fr

À propos de IONIS Education Group

Créé en 1980 par Marc Sellam, IONIS Education Group est aujourd'hui le premier groupe de l'enseignement supérieur privé en France. Une vingtaine d'écoles et d'entités* rassemblent dans 12 villes de France près de 25 000 étudiants en commerce, marketing et communication, gestion, finance, informatique, numérique, aéronautique, énergie, transport, biotechnologie et création... Le Groupe IONIS s'est donné pour vocation de former la Nouvelle Intelligence des Entreprises d'aujourd'hui et de demain. Une forte ouverture à l'International, une grande sensibilité à l'innovation et à l'esprit d'entreprendre, une véritable « culture de l'adaptabilité et du changement », telles sont les principales valeurs enseignées aux futurs diplômés des écoles du Groupe. Ils deviendront ainsi des acteurs-clés de l'économie de demain, rejoignant les réseaux d'Anciens de nos institutions qui, ensemble, dépassent les 65 000 membres.

* ISG, ISG Programme Business & Management, Moda Domani Institute, ISEG Marketing & Communication School, ISTH, ICS Bégué, ISEFAC Bachelor, ISEFAC R.H., EPITA, ESME Sudria, IPSA, Epitech, Web@cadémie, Sup'Biotech, e-artsup, Ionis-STM, SUP'Internet, ISEFAC Alternance, ETNA, IONIS UP, Coding Academy, IONISx, IONIS 361

www.ionis-group.com