

# On tour to Milan!!

*Vi nærmer os Fashion Accelerators højdepunkt med en uges uddannelse i Fashion Management på European School of Economics.*

---

<b>Uddannelse:</b>	<b>Fashion Management</b>
<b>Skole:</b>	<b>European School of Economics i Milano</b>
<b>Hotel:</b>	<b>Hotel Metro</b>
<b>Tidsrum:</b>	<b>Mandag den 10. oktober – fredag den 15. oktober</b>
<b>Pris:</b>	<b>kr. 7.500 ekskl. moms</b>
<b>Bankkonto:</b>	<b>6814-0001025988 i Sydbank</b>
<b>Tilmelding:</b>	<b>Til Peter Koppel på <a href="mailto:pk@vhr.dk">pk@vhr.dk</a></b>
<b>Deadline:</b>	<b>16. juni 2010</b>

---

I uge 41 drager vi til Milano for at lære om fashion management på en af Europas førende skoler på dette område, European School of Economics (ESE) – læs mere på [www.eselondon.ac.uk/ese-centres/milan](http://www.eselondon.ac.uk/ese-centres/milan).

Formålet med besøget er at give lederne i Fashion Accelerator virksomhederne indblik i de strømninger og tilegne sig den viden, som præger international ledelse indenfor mode- og livsstilssektoren.

## **European School of Economics**

ESE er en privatejet skole med afdelinger i London, New York, Rom, Firenze og Milano. Afdelingen i Milano er særlig sporet ind på uddannelsesstilbud til medarbejdere på alle niveauer i virksomheder inden for fashion og luxury goods.

Uddannelsens program kører fra mandag til fredag med en enkelt fri eftermiddag, så det også bliver muligt at udforske modebyen Milano. Der vil desuden blive afsat en halv dag til et virksomhedsbesøg. Selve undervisningen vil foregå i otte halvdags sessions af 3 timer, hvis fordeling er afhængig af antal tilmeldinger.

## Transport og overnatning

Vi rejser fra København (Kastrup) til Milano (Malpenza) 10. oktober kl. 08.25 med ankomst kl. 10.35. Hjemrejsen er fredag den 15. oktober kl. 20.00 fra Milano (Malpenza) med ankomst kl. 22.00 i København (Kastrup). Vi når altså lige hjem til skolernes efterårsferie.

Vi skal bo på et udmærket (og afprøvet) 3 stjernet Hotel Metro, som du kan læse mere om på [www.hotelmetro.it](http://www.hotelmetro.it).

Hotellet befinder sig 6 metro-stop fra ESE skolens campus. Den letteste transport mellem hotel, midtby og skole er metro, så det er den, vi vil bruge.

Da nogle af Fashion Accelerators virksomhederne er ledet af ægtepar, som begge ønsker at deltage i uddannelsesforløbet, er der mulighed for at blive indlogeret i dobbeltværelser.

Der er tale om et sammenhængende uddannelsesforløb med et begrænset antal pladser, og det er ikke muligt at splitte forløbet op på flere personer. Af samme grund kan vi heller ikke tilbyde eventuelle medrejsende indlogering. Det er da også vores erfaring, at deltagelse kræver mange mentale kræfter.

## Pris

Prisen for deltagelse er 7.500 DKK ekskl. moms pr. person, hvilket dækker transport fra Jylland / Fyn og flybillet fra København og retur, hotel, måltider og lokal transport. Det er derfor i princippet ikke nødvendigt at have penge med - men hvem tager til Milano med det formål ikke at bruge penge. 😊

Med vores kendskab til det aktuelle Fashion Accelerator hold er det vores forventning, at langt de fleste vil tage udfordringen og bruge denne enestående lejlighed til at få skærpet deres internationale færdigheder og få udbygget deres netværk. Undervisningsproget er i øvrigt engelsk.

Jeres rejseledere vil være Axel Andreas Beck og Peter Koppel, som har sammensat for programmet i samarbejde med Dorrit Bøilerehauge, der også deltager i uddannelsesforløbet.

## Tilmelding

Tilmelding skal ske senest 16. juni. Tilmelding sker ved at sende Peter Koppel en mail på [pk@vhhr.dk](mailto:pk@vhhr.dk) og samtidig indbetale 9.375 DKK (inkl. moms) til konto 6814-0001025988 i Sydbank med tydelig angivelse af afsender.

Programmet er specificeret nærmere på de næste to sider.

## Program

Fashion Management uddannelsen på European School of Economics (ESE) er meget mere end en håndfuld professorer, der prædiker om hvilke teorier, du skal bruge i din virksomhed. Alle ESE's professorer er først og fremmest erfarne fagfolk med en solid baggrund som virksomhedsledere, som underviser, fordi de har et ønske om at give noget tilbage til branchen og forberede næste generation.

Uddannelsen på ESE indeholder nogen teori, men fokuserer primært på, hvad der sker i den virkelige verden, og kommer med praktiske løsninger til at tackle behovene hos morgendagens kunder. Undervisningen vil omfatte flittig brug af casedrøftelser i mindre grupper og de forskellige workshops bliver planlagt således, at deltagerne får rig lejlighed til at drøfte deres situation og nå frem til mulige løsninger på deres reelle udfordringer.

### **1. STRATEGISK MARKEDSFØRING v/ Peter Butters**

Hvilke udfordringer er de største på de internationale markeder, når en etableret virksomhed skal udarbejde strategisk markedsføring? De to workshops sætter fokus på værdien af moderne kommunikationsstrategier som en integreret del af markedsføringsprocessen.

#### **Tema for workshop I**

Markederne er i konstant forandring. Forbrugernes adfærd ændres. Vi ser nye spisevaner, folk klæder sig anderledes og kommunikerer på nye måder. Hvordan ændrer virksomheder og markeder sig som reaktion på disse påvirkninger og i almindelighed? Hvordan forandrer ny teknologi markedet? Der er mange nye muligheder for den virksomhed, der finder de nye strømninger og markedsfører sig strategisk i forhold til dem.

#### **Tema for workshop II**

Det er et helt central mål for den moderne virksomhed at skabe brandidentitet og vedvarende loyalitet mod mærket. Traditionel reklame er i mange tilfælde ikke effektiv. Takket være de platformsuafhængige sociale medier er nøglen til succes star rating og buzz. Vi ser på nogle eksempler og drøfter, hvor langt ud vi kan flytte grænserne.

#### **Underviser**

*Peter Butters underviser i International Project Management, Strategic Marketing, International Business Management, Advanced Business Structures og er emnekoordinator for Principles of Marketing, Marketing Management samt Strategic Management. Han er desuden administrerende direktør for Jigsaw Marketing.*





## **2. BRAND MANAGEMENT v/ Danilo Venturi**

Formålet med disse to workshops er at give et klart billede af de faktorer, der gør det nuværende mode- og livsstilsmarked så bevægeligt og til tider uforudsigeligt. Vi analyserer centrale problemstillinger og finder de ledelsesværktøjer, der placerer brandet stærkt. Målet er at skabe unikke markeder via innovation, og derfor træder vi et skridt tilbage for at danne os et overblik og for at identificere brandets bedste placering i markedet.

### **Tema for workshop I**

Virksomhedens brand indeholder de helt centrale værdier, der skal være den røde tråd i markedsføringen. Hvordan placerer vi brandet i en foranderlig verden, hvor f.eks. overflod bliver til knaphed? Hvad betyder det for et brand, at mode og luksus bevæger sig ind på masseverremarkedet, og hvordan afkoder vi de signaler, der kommer fra Kina?

Med udgangspunkt i markedsføringens fire P'er arbejder vi os frem til en håndterbar platform for et brand i en omskiftelig verden.

### **Tema for workshop II**

Her analyser vi vigtige cases fra innovative brands. Du bliver præsenteret for 10 trin til at skabe en innovativ forretningsmodel.

## **3. FASHION MANAGEMENT & TRENDSPOTTING v/ Danilo Venturi**

Både trendspotting og forecasting er mode- og livsstilsbranchen store udfordringer. Spørgsmålet er hvordan man kommer det lille - men helt afgørende skridt foran, så at virksomheden aktivt kan bruge trendforecasting?

Vi undersøger tidsånden og udpeger centrale strømninger der kan indarbejdes i virksomhedens strategi. Vi stiller skarpt på de faktorer, der skaber forandringer inden for mode og vurderer hvilke nye strømninger, der bliver til trends. Hvordan kan de bruges - og til hvad?

### ***Underviser***

*Danilo Venturi underviser i Luxury Goods Management og rejser omkring i hele verden som konsulent for mode-, luksus- og designbranchen. Danilo underviser og arbejder med udvikling af en sammenhængende brand-identitet med særligt fokus på produkt og image.*

## **4. CORPORATE IMAGE BUILDING v/ Simone Wolf**

Der kan være lang vej fra virksomhedens værdier til den identitet, den forsøger at kommunikere og videre ud til det image, som kunder og samarbejdspartnere danner af virksomheden og brandet.

Denne workshop handler om at skabe overensstemmelse mellem virksomhedens værdier og selvpfattelse på den ene side, og de værdier som markedet lægger vægt på på den anden. Hvis der ikke er sammenhæng, skal der enten udvikles nye værdier eller findes nye markeder, hvor værdierne matcher? Workshopen fokuserer på tre trin, der hjælper virksomheden til at skabe samklang mellem markedets og virksomhedens værdier.

### ***Underviser***

*Simone Wolf underviser i Principles of Marketing, Event Management, accounting, Financial budgeting, Cross Cultural Communication, Management Organisations and their Cultures.*