

Lancer un nouveau produit

Il n'y a rien de pire que de passer des mois ou voire même des années en recherche et développement sur un nouveau produit pour que le lancement de celui-ci soit au final... un échec ! Avec le nombre de possibilités marketing qu'il existe aujourd'hui, cette formation vous permettra de concocter un plan d'action clair et efficace. Alors quelles sont les clés d'un lancement réussi ? Et comment pouvez-vous mettre toutes les chances de votre côté pour promouvoir votre nouveau produit ou service sur votre marché ?

Durée : 14.00 heures (2.00 jours)

Profils des stagiaires

- Chef d'entreprise
- Responsables marketing
- Chefs de projets et collaborateurs qui travaillent en relation avec les services marketing (R&D, commerciaux...).

Prérequis

- Préférable d'avoir des connaissances de base en marketing

Objectifs pédagogiques

- Détecter les opportunités
- évaluer les chances de succès de votre produit sur un marché nouveau pour vous
- Identifier les axes les plus pertinents du développement de nouveaux produits
- Construire des études marketing adaptées au nouveau produit
- Maîtriser les actions de lancement du nouveau produit

Contenu de la formation

- Auto diagnostiquer le lancement
 - Évaluer les chances de succès
 - Identifier les risques
 - Analyser le lancement
- Savoir innover
 - L'innovation, levier de croissance interne.
 - Du repositionnement à l'innovation de rupture.
- Mesurer l'attractivité d'un marché nouveau
 - Apprécier la compétitivité de l'entreprise sur ce marché.
 - Repérer les segments mal exploités pour évaluer les chances de succès, les opportunités et les menaces grâce à la connaissance client.
 - Élaborer une stratégie de développement.

SASU OFCA

Centre d'affaires Alizés, 22 rue de la Rigourdière CESSON-SÉVIGNÉ 35510

SASU au capital de 100 € | Numéro SIRET : 842 840 100 000 15 | Numéro de déclaration d'activité : 533 510 356 35 (Rennes)

Email : contact@ofca.fr | www.ofca.fr

- Construire son plan de lancement
 - Les différentes étapes de la mise en marché
 - Définir les indicateurs clés de performance
 - Suivi et communication du planning
- Bâtir un argumentaire efficace
 - Traduire les caractéristiques en avantage et bénéfice client : la méthode CAP / SONCAS
 - Fiches produit, catalogue, Publicité / Information Lieu de Vente
- Du concept marketing au développement
 - Définir la cible, élaborer le mix marketing.
 - Les validations consommateurs jusqu'au marché test.
 - Stratégie de lancement : progressive ou massive.
 - Planifier les actions, briefier et coordonner les acteurs du lancement.
 - Le lancement. Contrôle actions correctives. Conditions de réussite du projet.

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

L'ensemble de nos formateurs nous garantit bénéficier du sens de la pédagogie, s'informer sur les nouvelles réglementations, varier les outils pédagogiques, avoir les agréments leur permettant de dispenser cette formation.

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation.
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition de documents supports à la suite de la formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.

SASU OFCA

Centre d'affaires Alizés, 22 rue de la Rigourdière CESSON-SÉVIGNÉ 35510

SASU au capital de 100 € | Numéro SIRET : 842 840 100 000 15 | Numéro de déclaration d'activité : 533 510 356 35 (Rennes)

Email : contact@ofca.fr | www.ofca.fr