

MARKETING DE L'OFFRE

DÉVELOPPER UN NOUVEAU PRODUIT OU SERVICE, LE LANCER ET SUIVRE SON CYCLE DE VIE

OBJECTIFS

Etablir un panorama du marché et de la concurrence
 Définir le nouveau produit ou service
 Manager l'organisation en entreprise et la ressource humaine pour lancer la nouveauté avec succès

PROGRAMME

Positionnement de l'entreprise dans « l'arène concurrentielle » pour mieux comprendre le marketing de l'offre

Définition des secteurs d'activités, activité BtoB versus BtoC, BtoBtoC
 Définition du marché
 Méthode PESTEL : analyse de l'environnement
 Méthode des 5 Forces de Porter
 Veille concurrentielle et étude de marché : les outils pour suivre le marché en temps réel
 Marketing de l'offre en opposition au marketing de la demande : filière inversée de Galbraith

Connaissance de ses clients, segmentation du marché et motivations à l'achat

Définition du client idéal : technique du buyer persona
 Leviers et freins à la consommation par typologie de client
 Motivations à l'achat
 Nouvelles technologies et comportements consommateurs
 Optimisation de ses méthodes de segmentation en s'appuyant sur les besoins et les comportements

Développement d'un nouveau produit ou service : la culture de l'innovation et le lancement

Définition de la culture de l'innovation
 Méthode de créativité et Co-conception des produits : investir ses clients et ses collaborateurs
 Définition des attributs; preuves et bénéfices clients et méthode SCAMPER
 Planification du développement de produit : notions de gestion de projets

Lancement du nouveau produit ou service

Méthode de lancement de produits / services : le mix marketing et les choix stratégiques
 Prix psychologique, facteurs de conversion, et suivi du lancement dans les premières phases de vie
 Cycle de vie du produit ou service
 Intégration de la relation client dans son lancement : faire adhérer à son innovation
 Intégration de l'enjeu environnemental : un levier nécessaire
 Mesure des impacts de la stratégie de lancement sur les ventes

OUVERTURES DANS NOS CAMPUS

Contactez nos campus pour en savoir plus.

MODULE

Durée : 2 jours
 sur 2 mois
 Code WEB : MGMT25

Public

Managers de proximité, managers hiérarchiques ou fonctionnels de tous secteurs d'activité

Prérequis

- Aucun prérequis exigé

Modalités d'admission

- Admission sur dossier d'inscription. Un échange sur les objectifs individuels est prévu.
 - La décision d'admission est communiquée au candidat sous un mois par CESI.

Rythme de formation

La formation alterne des séquences en présentiel d'une journée et des séquences en classe virtuelle à distance d'une ou plusieurs heures.

Frais de scolarité

1 000 euros
 1 200 euros TTC
 Tarif applicable pour toute inscription réalisée en 2026.

Certification

OPEN BADGE CESI : validation numérique de compétences et de connaissances

