

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 : MGTM25

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

1000 euros

1200 euros TTC

Tarif applicable pour toute inscription réalisée en 2025.

Certification

OPEN BADGE CESI : validation numérique de compétences et de connaissances

