

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 2025.

Certification

OPEN BADGE CESI : validation numérique de compétences et de connaissances

