INSTITUT UNIVERS
Tel: 034 33 48 64 | Mob: 0561 790 453 | Email: institutunivers@hotmail.fr
Address: Rue Aissat Idir - Akbou 06001 - Bejaia |Site Web: institut-univers.com

* LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT *

Formations Inter-Entreprises

Durée: 03 jours

Coût: 42 000.00

Avance: 42 000.00

Cible:

Responsables marketing, chefs de produits, chargés d'études, chefs de projet qui travaillent en relation avec les services marketing, commerciaux...

Pré-requis:

Pour suivre cette formation dans les meilleures conditions et atteindre les nous recommandons aux entreprises de vérifier le niveau des candidats afin de s'assurer de leur aptitude à suivre le programme.

Objectif:

A l'issue de la formation, les participants pourront:

- Identifier les opportunités et les risques de lancement d'un nouveau produ
- Acquérir une méthodologie de développement et de lancement en mode collabo

Programme:

I. Savoir innover

1. L'innovation, levier de croissance interne.
2. Du repositionnement à l'innovation de rupture.
3. Exercice

II. Mesurer l'attractivité d'un marché nouveau

1. Apprécier la compétitivité de l'entreprise sur ce marché.
2. Repérer les segments mal exploités pour évaluer les

3. chances de succès, les opportunités et les menaces.
4. Elaborer une stratégie de développement.
5. Exercice

III. La créativité au service du marketing

1. Mise en place et animation d'un groupe de créativité.
2. Choisir les techniques d'animation appropriées : brainstorming, carte me
3. Filtrer les idées et gérer les projets.
4. Le concept : critères de sélection, grille d'O'meara.
5. Exercice

IV. Recherche de concept grâce aux techniques de créativité.

1. Les études marketing appliquées au développement du nouveau produit
2. Les spécificités des études selon le type du nouveau produit/service et
3. Etudes qualitatives et quantitatives. Collaborer avec un cabinet d'étude
4. Exercice

V. Quelles études pour le concept élaboré en sous-groupes ?

1. Profitabilité, rentabilité des nouveaux produits
2. Viabilité du projet. Identifier le prix psychologique et fixer le niveau
3. Appliquer l'analyse de la valeur.
4. Estimer la rentabilité, le point mort et le cash flow.
5. Etablir le compte d'exploitation du nouveau produit.
6. Exercice

VI. Du concept marketing au développement

1. Définir la cible, élaborer le mix marketing.
2. Les validations consommateurs jusqu'au marché test.
3. Stratégie de lancement : progressive ou massive.
4. Exercice

VII. Lancer vos nouveaux produits

1. Planifier les actions, briefer et coordonner les acteurs du lancement
2. Le lancement. Contrôle (délais, budgets, moyens...), actions correctives

DEMARCHE ET METHODE PEDAGOGIQUE :

- Brainstormings et apports théoriques.
- Traitement des exemples réels ü Ateliers de groupes .
- Traitement des exemples réels
- Ateliers de groupes .