SKILLS CAMPUS
Training & Certification Center

Lancer un nouveau produit

-Réference: **MR-179** -Durée: **3 Jours (21 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Mesurer l'attractivité d'un nouveau marché
- Animer un groupe de créativité
- Construire des études marketing adaptées au nouveau produit
- Evaluer la rentabilité du nouveau produit
- Maîtriser les actions de lancement du nouveau produit

A qui s'adesse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsables marketing, chefs de produits, chargés d'études, chefs de projets et collaborateurs qui travaillent en relation avec les services marketing (R&D, commerciaux, ...).

PRÉREQUIS :

- Connaissances de base en marketing.

Programme

- **Savoir innover**
  - L'innovation, levier de croissance interne.
  - Du repositionnement à l'innovation de rupture.
  - Exercice: Les secrets des lancements réussis.
- **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.
  - Elaborer une stratégie de développement.
  - Exercice: Etude en sous-groupes d'un marché et prise de décisions collectives sur le lancement ou non d'un produit.
- **La créativité au service du marketing**
  - Mise en place et animation d'un groupe de créativité.

Programme

- Choisir les techniques d'animation appropriées : brainstorming, carte mentale, analogie, synectique, techniques associatives, aléatoires, analogiques.
- Filtrer les idées et gérer les projets.
- Le concept : critères de sélection, grille d'Omeara.
- Exercice: Recherche de concept grâce aux techniques de créativité.

- **Les études marketing appliquées au développement du nouveau produit**
  - Les spécificités des études selon le type du nouveau produit/service et son degré d'internationalisation.
  - Etudes qualitatives et quantitatives.
  - Collaborer avec un cabinet d'études.
  - Exercice: Quelles études pour le concept élaboré en sous-groupes ?

- **Profitabilité, rentabilité des nouveaux produits**
  - Viabilité du projet.
  - Identifier le prix psychologique et fixer le niveau de prix le mieux adapté.
  - Appliquer l'analyse de la valeur.
  - Estimer la rentabilité, le point mort et le cash flow.
  - Etablir le compte d'exploitation du nouveau produit.
  - Exercice: Calcul du prix optimal du produit à lancer.

- **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.
  - Exercice: Elaboration du mix du nouveau produit.

- **Lancer vos nouveaux produits**
  - Planifier les actions, briefer et coordonner les acteurs du lancement.
  - Le lancement.
  - Contrôle (délais, budgets, moyens.
  -), actions correctives.
  - Conditions de réussite du projet.
  - Exercice: Présentation et soutenance par chaque groupe du projet et des tableaux de bord élaborés durant les trois jours.

(+212) 5 22 27 99 01

(+212) 6 60 10 42 56

Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7éme étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc