

Lancer un nouveau produit

-Référence: **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'adresse 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.

- 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, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc