



## Formation Lancer un nouveau produit

**Durée** : 21 heures

**Certification** : BTS management commercial opérationnel

**Prix** : 1910

**Référence** : 21011601

<b>Catégorie</b>	Communication et Marketing
<b>Sous-catégorie</b>	Marketing Digital
<b>Pour qui ?</b>	Responsables marketing, chefs de produits, chargés d'études, chefs de projets et collaborateurs qui travaillent en relation avec les services marketing (R&D, commerciaux...)
<b>Prérequis</b>	Connaissances de base en marketing
<b>Objectifs pédagogiques</b>	<p>Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnical</p> <p>Mesurer l'attractivité d'un nouveau marché</p> <p>Animer un groupe de créativité</p> <p>Construire des études marketing adaptées au nouveau produit</p> <p>Evaluer la rentabilité du nouveau produit</p> <p>Maîtriser les actions de lancement du nouveau produit</p> <p>Développer la dynamique commerciale de l'unité marchande dans un environnement omnicanal (bloc 1)</p>
<b>Contenu de la formation</b>	<p>SAVOIR INNOVER</p> <p>L'innovation, levier de croissance interne</p> <p>Du repositionnement à l'innovation de rupture</p> <p>Exercices : les secrets des lancements réussis</p> <p>MESURER L'ATTRACTIVITÉ D'UN MARCHÉ NOUVEAU</p> <p>Apprécier la compétitivité de l'entreprise sur ce marché</p> <p>Repérer les segments mal exploités pour évaluer les chances de succès, les opportunités et les menaces</p> <p>Elaborer une stratégie de développement</p> <p>Exercices : étude en sous-groupes d'un marché et prise de décisions collectives sur le lancement ou non d'un produit</p>

#### 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

Filtrer les idées et gérer les projets

Le concept : critères de sélection, grille d'O'meara

Exercices : recherche de concept grâce aux techniques de créativité

#### LES ÉTUDES MARKETING APPLIQUÉS AU DEVELOPPEMENT 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

Exercices : 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

Exercices : 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

Exercices : élaboration du mix du nouveau produit

#### LANCER VOS NOUVEAUX PRODUITS

Planifier les actions, briefier et coordonner les acteurs du lancement

Le lancement

Contrôle (délais, budgets, moyens...), actions correctives

	Conditions de réussite du projet Exercices : présentation et soutenance par chaque groupe du projet et des tableaux de bord élaborés durant les trois jours
<b>Suite de parcours possible</b>	Responsable marketing Chef de produit
<b>Éligible au CPF</b>	Oui

## FINANCEMENTS

OPCO  
OPCA  
FAF  
Pôle Emploi  
La Région



## CONTACTS



**IFFP - Tour Belvédère SPACES**  
1 Cours Valmy 92 800 Puteaux



**01 80 88 44 55**



**administration@iffp.pro**