

Formation Marketing Avancé : Nouveaux produits

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 950,00 CHF HT (standard) 1 560,00 CHF HT (remisé)
■ Public :	Responsable Marketing - Responsable commercial - Chef de projet Innovation
■ Pré-requis :	Maîtriser toutes les fonctions fondamentales du Marketing - Savoir faire une étude de marché - Connaître la méthode CAP SONCAS
■ Objectifs :	Découvrir comment créer de nouveaux produits - Evaluer le potentiel - Préparer la mise sur le marché - Mesurer le retour sur investissement
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100185-F
■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles

■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ Modalités d'accès :	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ Délais d'accès :	Variable selon le type de financement.
■ Accessibilité :	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

De l'importance d'innover en permanence
Présentation de la formation

Enjeux de la création de nouveau produit

Enjeux pour l'image de l'entreprise
Enjeux pour les salariés
Enjeux pour les ventes

Comment imaginer de nouveaux produits ?

Analyse des demandes clients / Enquete client
Réunion de recherche / Brainstorming

Conception de nouveaux produits

Définir les objectifs du nouveau produit
Définir les profils de clients
CAP SONCAS du nouveau produit
Recherche et Développement
Tests / Amélioration

Atelier : appliquer le CAP SONCAS à son nouveau produit

Définir le prix du nouveau produit

Etude de marché
Grille de comparaison
Mesurer les coûts du produit

- Evaluer le potentiel de vente
- Identifier les différentes stratégies tarifaires
- Fixer le prix de mise sur le marché
- Déterminer l'évolution du prix en cas de réussite de la mise sur le marché
- Déterminer l'évolution du prix en cas d'échec de la mise sur le marché

Présenter le nouveau produit

- Choisir le nom du nouveau produit
- Décrire le produit
- Créer le design/le packaging du nouveau produit
- Mettre en avant les arguments de vente les plus porteurs

Atelier : Elaborer la présentation d'un nouveau produit B2B

Créer le plan de communication

- Bien identifier les profils d'acheteurs et les canaux de vente
- Lister les outils de communication
- Déterminer les acteurs internes et externes
- Définir le budget du plan de communication
- Planifier les actions

Atelier : Elaborer un plan de communication pour un nouveau produit B2B

Mise sur le marché

- Créer un plan de lancement
- Lancer les campagnes de publicité
- Evaluer les retours
- Adapter le discours ou le produit

Méthodologie

- Initier l'innovation et la recherche
- Brainstorming
- Conception du nouveau produit
- Etude de marché
- Calcul de rentabilité et définition de prix
- Présenter son produit
- Créer le plan de communication
- Lancer le produit

Evaluer

Atelier : mettre en oeuvre la méthodologie pour sa propre entreprise

Quelques cas d'école

L'iphone

Nespresso

Cas d'école B2B

Conclusion