DAWAN

Plan de la formation

www.dawan.fr

Formation Marketing Avancé : Nouveaux produits

Durée :	3 jours (21 heures)
Tarif :	1 950,00 € (standard) 1 560,00 € (remisé)
Public :	Responsable Martketing - Responsable commercial - Chef de projet Innovation
Pré-requis :	Maitriser toutes les fonctions fondamentales du Marketing - Savoir faire une étude de marché - Connaitre 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
Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
Référence:	MAR100185-F
Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles

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