

Stage pratique de 2 jour(s)
Réf : SGO

Participants

Chefs de produits ou services expérimentés, responsables qui souhaitent développer leurs compétences et celles de leurs équipes et/ou améliorer l'application des concepts de gestion produit-service dans leur organisation.

Pré-requis

Connaissance de base en gestion de produit.

Prix 2012 : 1250€ HT

Dates des sessions

Paris

2 avr. 2012, 4 juin 2012
11 oct. 2012, 6 déc. 2012

Stratégies d'offres compétitives

OBJECTIFS

Dans un environnement très compétitif où il est difficile de se différencier, cette formation vous montrera comment développer et lancer de nouveaux produits ou services, comment les suivre tout au long de leur cycle de vie et s'assurer de leur prise en compte dans l'entreprise.

- 1) Connaître son marché, ses clients et son environnement concurrentiel
- 2) Développer un nouveau Produit ou Service
- 3) Lancer un nouveau Produit ou Service

- 4) Piloter le cycle de vie
- 5) Valoriser la dimension organisationnelle et humaine

Travaux pratiques

Ateliers interactifs pour permettre aux participants d'appliquer des techniques avancées de gestion de produit.

1) Connaître son marché, ses clients et son environnement concurrentiel

- Différencier les secteurs, les filières, les types d'organisation : BtoB, BtoC, BtoBtoC.
- Déterminer les espaces de concurrence.
- Etre à l'écoute des signaux faibles et les qualifier.
- Déployer des études de marché s'appuyant sur le marketing ethnologique, émotionnel, les méthodes projectives, des trackings des comportements, les nouvelles technologies Web 2.0...
- Optimiser ses méthodes de segmentation.

Travaux pratiques

Réalisation d'analyses concurrentielles

2) Développer un nouveau Produit ou Service

- Insuffler la culture de l'innovation.
- S'appuyer sur les insights pertinents, la valeur d'une innovation, des niches de développement...
- Définir le produit, le service ou la solution idéale via des méthodes de créativité, de coproduction, de marketing sensoriel... Choisir son nom, créer sa marque.
- Intégrer l'éco-conception.
- Planifier et gérer les difficultés.

Travaux pratiques

Exercices de divergence créative.

3) Lancer un nouveau Produit ou Service

- Choix des modes de communication adéquats.
- Mesurer le potentiel du nouveau produit dans les phases progressives d'utilisation.
- Décider des outils et du rapport à la distribution dans les accès au marché.
- Qualifier les processus de relation et de dialogue avec les prospects et clients.
- Gérer les coûts, les prix et ajuster une structure de P&L.

Travaux pratiques

Cas pratiques sur le lancement d'un nouveau produit.

4) Piloter le cycle de vie

- Appréhender les concepts de gestion de cycle de vie de produit.
- Analyser et gérer son portefeuille de produits et services.
- Intégrer la dimension environnementale et éthique.
- Capturer et fidéliser en intégrant les nouveaux médias.
- Travailler sur les aspects coûts # prix - volumes de vente.
- Mesurer les impacts au regard des objectifs poursuivis.

Travaux pratiques

Cas pratiques et étude du cycle de vie produit.

5) Valoriser la dimension organisationnelle et humaine

- Identifier les facteurs de résistance et de motivation au sein de l'entreprise.
- Déployer le projet au sein de l'équipe.
- Professionnaliser ses présentations internes.

Travaux pratiques

Mises en situation de réunion d'équipe relative à la répartition d'un projet.