

# Opleiding : Een nieuw product lanceren

**Praktijkcursus - 3d - 21u00 - Ref. LNP**

**Prijs : 1820 € V.B.**



4,9 / 5

Kansen detecteren en de kansen van je bedrijf op succes in een nieuwe markt beoordelen. De meest geschikte gebieden voor nieuwe productontwikkeling identificeren. De methoden en technieken beheersen die nodig zijn om met succes een nieuw product te ontwikkelen en te lanceren.



## Pedagogische doelstellingen

**Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:**

- ✓ De aantrekkelijkheid van een nieuwe markt meten
- ✓ Een creativiteitsgroep leiden
- ✓ Marketingstudies opzetten die zijn aangepast aan het nieuwe product
- ✓ De winstgevendheid van het nieuwe product evalueren
- ✓ De lancering van een nieuw product managen

## Doelgroep

Marketingmanagers, productmanagers, onderzoeksmanagers, projectmanagers en medewerkers die samenwerken met marketingafdelingen (R&D, verkoop, enz.).

## Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing.

## Praktische modaliteiten

### Praktisch werk

Groepsoefeningen. Casestudie: een product lanceren van concept tot lancering, werken in subgroepen.

## Opleidingsprogramma

### DEELNEMERS

Marketingmanagers, productmanagers, onderzoeksmanagers, projectmanagers en medewerkers die samenwerken met marketingafdelingen (R&D, verkoop, enz.).

### VOORAFGAANDE VEREISTEN

Basiskennis van marketing.

### VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

### BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

## 1 Weten hoe je moet innoveren

- Innovatie als hefboom voor organische groei.
- Van herpositionering tot baanbrekende innovatie.

### Oefening

De geheimen van succesvolle lanceringen.

## 2 De aantrekkelijkheid van een nieuwe markt meten

- Beoordeel het concurrentievermogen van het bedrijf in deze markt.
- Identificeer onderbenutte segmenten om de kansen op succes, kansen en bedreigingen te beoordelen.
- Een ontwikkelingsstrategie opstellen.

### Oefening

Bestudeer een markt in subgroepen en neem collectieve beslissingen over het al dan niet lanceren van een product.

## 3 Creativiteit in dienst van marketing

- Een creativiteitsgroep opzetten en leiden.
- De juiste facilitatietechnieken kiezen: brainstormen, mindmapping, analogie, synergie, associatieve technieken, enz.
- Ideeën filteren en projecten beheren.
- Het concept: selectiecriteria, O'meara raster.

### Oefening

Conceptonderzoek met behulp van creativiteitstechnieken.

## 4 Marketingonderzoek toegepast op nieuwe productontwikkeling

- De specifieke kenmerken van het onderzoek zijn afhankelijk van het type nieuw product/dienst en de mate van internationalisatie.
- Kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Werken met een onderzoeksbureau.

### Oefening

Welke onderzoeken zijn er uitgevoerd naar het concept dat door de subgroepen is ontwikkeld?

## 5 Winstgevendheid, winstgevendheid van nieuwe producten

- Levensvatbaarheid van het project. De psychologische prijs vaststellen en het meest geschikte prijsniveau bepalen.
- Waardeanalyse toepassen.
- Maak een schatting van de winstgevendheid, het break-evenpunt en de cashflow.
- Stel de exploitatierekening op voor het nieuwe product.

### Oefening

Berekening van de optimale prijs voor het te lanceren product.

## PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

## TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

## TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

## 6 Van marketingconcept tot ontwikkeling

- De doelstelling bepalen en de marketingmix ontwikkelen.
- Consumentvalidatie tot en met de testmarkt.
- Lanceringstrategie: geleidelijk of massaal.

### Oefening

Ontwikkeling van de nieuwe productmix.

## 7 Nieuwe producten lanceren

- Plan acties, informeer en coördineer de betrokkenen bij de lancering.
- De lancering. Controle (deadlines, budgetten, middelen, enz.), corrigerende maatregelen. Voorwaarden voor projectsucces.
- Organiseer een consumentenbijeenkomst.
- Feedback van consumenten analyseren en een actieplan opstellen.

### Oefening

Presentatie en verdediging door elke groep van het project en de dashboards die tijdens de drie dagen werden ontwikkeld.

## Data en plaats

### KLAS OP AFSTAND

2026 : 8 juni, 23 sep., 16 nov.

### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 8 juni, 23 sep., 16 nov.