

Parcours certifiant Chef de produit

Certification ORSYS + certification DiGiTT® à distance, en option

Cours pratique - 10j - 70h00 - Réf. KPO

Prix : 5270 € H.T.

Le chef de produit marketing est au cœur de la stratégie de développement de l'offre et traduit des objectifs de vente précis. Ce cycle vous permettra de maîtriser l'ensemble des compétences clés du métier : analyse des besoins et des nouvelles tendances du marché, construction de l'offre, élaboration du plan de lancement des produits et services relayée par des actions e-marketing, conception de supports de promotion commerciale, calcul du retour sur investissement des actions.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Identifier le périmètre de compétences du chef de produit
- ✓ Collecter l'information et réaliser un diagnostic produit
- ✓ Construire le plan marketing produit
- ✓ Maîtriser les étapes de lancement d'un nouveau produit
- ✓ Optimiser sa stratégie e-marketing pour donner de la visibilité à son offre
- ✓ Créer la documentation commerciale pour promouvoir les produits

Public concerné

Chefs de produits, chefs de marchés débutants ou en poste souhaitant approfondir ses connaissances et acquérir les bonnes techniques et méthodologies de son métier.

Prérequis

Première expérience souhaitable dans une fonction chef de produit, chef de projet marketing, chef de marque ou chef de produit en prise de fonction.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

PARTICIPANTS

Chefs de produits, chefs de marchés débutants ou en poste souhaitant approfondir ses connaissances et acquérir les bonnes techniques et méthodologies de son métier.

PRÉREQUIS

Première expérience souhaitable dans une fonction chef de produit, chef de projet marketing, chef de marque ou chef de produit en prise de fonction.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Composition du parcours

Ce parcours est composé des modules suivants :

Chef de produit, le métier

Réf. FCP - 3 jours

★ 4 / 5

Lancer un nouveau produit

Réf. LNP - 3 jours

★ 4 / 5

Webmarketing : augmenter la visibilité de son site Web

Réf. EMC - 2 jours

★ 4 / 5

Concevoir des supports de communication et de vente percutants avec l'IA

Réf. SUO - 2 jours

Certification Chef de produit

Réf. KSX - 0.5 jour

Programme de la formation

1 Chef de produit, le métier

- Le rôle, les missions et les compétences du chef de produit.
- La démarche marketing : marché, besoins, produits, segmentation...
- Le chef de produit : une véritable interface interne et externe.
- Les relations marketing-ventes, annonceur-agence...
- La connaissance de son marché.
- L'analyse de l'environnement : macroéconomique, PESTEL...
- L'analyse et la classification des concurrents : benchmark, forces de Porter...
- La collecte de l'information : les sources d'informations, la veille, les études qualitatives et quantitatives.
- Le diagnostic sur le produit : analyse Pareto, matrice BCG, SWOT...
- L'élaboration de la stratégie marketing.
- Les objectifs stratégiques.
- La segmentation, le ciblage, le positionnement...
- La maîtrise du marketing mix.
- La construction du plan marketing.

Exercice

Brainstorming sur les différentes missions du chef de produit. Réflexion en groupe sur les pratiques existantes dans les relations marketing/ventes. Elaboration d'une matrice BCG et SWOT. Rédaction d'un mix à partir d'un ou deux cas concrets.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

2 Lancer un nouveau produit

- L'innovation : un levier de croissance interne.
- La mesure de l'attractivité d'un marché nouveau.
- L'élaboration d'une stratégie de développement.
- La créativité au service du marketing.
- Les techniques de créativité : brainstorming, carte mentale, techniques associatives, analogiques, aléatoires...
- Les études marketing appliquées au développement du nouveau produit.
- La rentabilité et la rentabilité des nouveaux produits.
- Les notions de rentabilité, point mort et cash flow.
- Le passage du concept marketing au développement.
- Le lancement opérationnel des nouveaux produits.
- La planification des actions et des acteurs du lancement.

Exercice

Echanges sur les secrets des lancements réussis. Recherche de concepts grâce aux techniques de créativité. Calcul du prix optimal du produit à lancer.

Elaboration du mix du nouveau produit. Présentation et soutenance du projet et des tableaux de bord élaborés.

3 Stratégie e-marketing : augmenter la visibilité de votre site Web

- Stratégie e-marketing : définitions et enjeux.
- POEM : les trois axes de l'e-marketing.
- L'internaute au cœur de la stratégie e-marketing.
- Les attentes, les besoins et les comportements types des internautes sur mobile et sur le web.
- Le lancement de la stratégie e-marketing.
- Les différentes étapes d'un plan marketing et la coordination.
- La promotion d'un site web.
- Les techniques de e-marketing.
- Le référencement naturel, le référencement payant, le retargeting...
- Le pilotage d'une stratégie e-marketing.
- Les KPI spécifiques au web et aux réseaux sociaux.

Exercice

Apports théoriques et retours d'expériences dans le domaine commercial. Etudes de cas sur la création du site Web d'une entreprise et le lancement d'une campagne Web marketing. Analyse du suivi d'une campagne Web et calcul du ROI.

4 Créer sa documentation commerciale

- L'évolution des documentations commerciales.
- Les supports traditionnels et la dématérialisation des supports.
- La définition de la cible et des objectifs.
- Le style des documents : positionnement, charte...
- L'optimisation du contenu : messages, titres, accroches, visuels...
- L'argumentation commerciale : FAB, motivations...
- L'enrichissement des supports : visuels, animations, sons, vidéos, interactivité...
- Le passage de la conception à la réalisation.
- La chaîne éditoriale : du brief à la validation finale.
- La grille d'analyse de l'efficacité commerciale d'une documentation.
- Les tableaux de bord associés aux indicateurs.

Exercice

Elaboration, illustration et mise en page d'une brochure.

Options

Certification : 190 € HT

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

L'option de certification se présente sous la forme d'un voucher ou d'une convocation qui vous permettra de passer l'examen à l'issue de la formation.

Solutions de financement

Plusieurs solutions existent pour financer votre formation et dépendent de votre situation professionnelle.

Découvrez-les sur notre page [Comment financer sa formation](#) ou [contactez votre conseiller formation](#).

Horaires

Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 14h à 17h30.

Les participants sont accueillis à partir de 8h45. Les pauses et déjeuners sont offerts.

Pour les formations de 4 ou 5 jours, quelle que soit la modalité, les sessions se terminent à 16h le dernier jour.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 20 avr., 20 avr., 22 juin, 24 août, 24 août, 26 oct., 26 oct., 14 déc.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 20 avr., 22 juin, 24 août, 26 oct., 14 déc.

LYON

2026 : 22 juin, 24 août, 14 déc.

AIX-EN-PROVENCE

2026 : 14 déc.

BORDEAUX

2026 : 14 déc.

LILLE

2026 : 14 déc.

NANTES

2026 : 20 avr., 24 août, 14 déc.

STRASBOURG

2026 : 14 déc.

TOULOUSE

2026 : 14 déc.