

Certificeringscursus productmanager

ORSYS-certificering + optionele DiGiTT®-certificering op afstand

Praktijkcursus - 10d - 70u00 - Ref. KPO

Prijs : 4480 € V.B.

De marketing product manager staat aan de basis van de strategie voor het ontwikkelen van het aanbod en het vertalen van precieze verkoopdoelstellingen. In deze cyclus leer je alle belangrijke vaardigheden van de functie beheersen: het analyseren van behoeften en nieuwe markttrends, het opbouwen van het aanbod, het opstellen van het lanceringsplan voor producten en diensten ondersteund door e-marketingacties, het ontwerpen van verkoopbevorderende materialen, het berekenen van de return on investment van acties.

Pedagogische doelstellingen

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

- ✓ De opdracht van de productmanager vaststellen
- ✓ Informatie verzamelen en productdiagnostiek uitvoeren
- ✓ Het productmarketingplan opstellen
- ✓ De fasen van de lancering van een nieuw product onder de knie krijgen
- ✓ Uw e-marketingstrategie optimaliseren om uw aanbod beter te profileren
- ✓ Verkoopdocumentatie maken om producten te promoten

Doelgroep

Productmanagers en marktmanagers, nieuw of bestaand, die hun kennis willen uitbreiden en de juiste technieken en methodologieën voor hun werk willen verwerven.

Voorafgaande vereisten

Eerste ervaring als productmanager, marketing projectmanager, brand manager of new product manager is wenselijk.

DEELNEMERS

Productmanagers en marktmanagers, nieuw of bestaand, die hun kennis willen uitbreiden en de juiste technieken en methodologieën voor hun werk willen verwerven.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Eerste ervaring als productmanager, marketing projectmanager, brand manager of new product manager is wenselijk.

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 vak kennis 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.

Samenstelling van het traject

Dit traject bestaat uit de volgende modules :

Productmanager, de baan

Ref. FCP - 3 dagen

★ 4/5

Effectief communicatie- en verkoopmateriaal ontwerpen met behulp van AI

Ref. SUO - 2 dagen

Product Manager Certificering

Ref. KSX - 0.5 dag

Opleidingsprogramma

1 Productmanager, de baan

- De rol, missies en vaardigheden van de productmanager.
- De marketingbenadering: markt, behoeften, producten, segmentering, enz.
- De productmanager: een echte interne en externe interface.
- Marketing-verkoop, adverteerder-agentschap relaties...
- Kennis van je markt.
- Milieuanalyse: macro-economisch, PESTEL, enz.
- Analyse en classificatie van concurrenten: benchmark, Porter's krachten, enz.
- Informatie verzamelen: informatiebronnen, monitoring, kwalitatief en kwantitatief onderzoek.
- Productdiagnostiek: Paretoanalyse, BCG-matrix, SWOT, enz.
- Een marketingstrategie opstellen.
- Strategische doelstellingen.
- Segmentering, targetting, positionering...
- De marketingmix onder de knie krijgen.
- Een marketingplan opstellen.

Oefening

Brainstormen over de verschillende rollen van de productmanager.
Groepsreflectie over bestaande praktijken in marketing/verkooprelaties.
Opstellen van een BCG- en SWOT-matrix. Een mix opstellen op basis van een of twee concrete cases.

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.

2 Een nieuw product lanceren

- Innovatie: een hefboom voor organische groei.
- De aantrekkelijkheid van een nieuwe markt meten.
- Een ontwikkelingsstrategie opstellen.
- Creativiteit in dienst van marketing.
- Creativiteitstechnieken: brainstormen, mindmapping, associatieve, analoge en willekeurige technieken, enz.
- Marketingonderzoek toegepast op nieuwe productontwikkeling.
- Winstgevendheid en rendement op nieuwe producten.
- De begrippen winstgevendheid, break-even-point en cashflow.
- De overgang van marketingconcept naar ontwikkeling.
- De operationele lancering van nieuwe producten.
- Plan de acties en spelers die betrokken zijn bij de lancering.

Oefening

De geheimen van succesvolle lanceringen bespreken. Concepten onderzoeken met behulp van creativiteitstechnieken. De optimale prijs voor het te lanceren product berekenen. Opstellen van de nieuwe productmix. Presentatie en verdediging van het project en de ontwikkelde dashboards.

3 E-marketingstrategie: de zichtbaarheid van je website vergroten

- E-marketingstrategie: definities en uitdagingen.
- POEM: de drie pijlers van e-marketing.
- De internetgebruiker in het hart van de e-marketingstrategie.
- De verwachtingen, behoeften en het typische gedrag van web- en mobiele gebruikers.
- De e-marketingstrategie lanceren.
- De verschillende fasen van een marketingplan en coördinatie.
- Promotie van de website.
- E-marketingtechnieken.
- Zoekmachineoptimalisatie, betaald zoeken, retargeting...
- Een e-marketingstrategie beheren.
- KPI's specifiek voor het web en sociale netwerken.

Oefening

Theoretische input en feedback uit commerciële ervaring. Casestudies over het maken van een bedrijfswebsite en het lanceren van een webmarketingcampagne. Analyse van het bijhouden van webcampagnes en berekening van de ROI.

4 Verkoopdocumentatie maken

- Wijzigingen in verkoopdocumentatie.
- Traditionele media en de dematerialisatie van media.
- Het doel en de doelstellingen bepalen.
- Documentstijl: positionering, charter, enz.
- Inhoud optimaliseren: berichten, koppen, hooks, visuals, enz.
- Het verkoopargument: FAB, motivaties...
- Verbeterde media: visuals, animaties, geluiden, video's, interactiviteit, enz.
- De overgang van ontwerp naar implementatie.
- De redactieketen: van briefing tot uiteindelijke goedkeuring.
- De grid voor het analyseren van de commerciële effectiviteit van documentatie.
- Dashboards gekoppeld aan de indicatoren.

Oefening

Ontwerp, illustratie en opmaak van een brochure.

Opties

: 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.

De certificeringsoptie wordt aangeboden in de vorm van een voucher of een uitnodiging waarmee u na afloop van de opleiding het examen kunt afleggen.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 20 apr., 20 apr., 22 juni, 24 aug., 24 aug.,
26 okt., 26 okt., 14 dec.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 20 apr., 22 juni, 24 aug., 26 okt., 14 dec.

LILLE

2026 : 14 dec.