

Perfectionnement des Chefs de Produits

<p>Population : -Chefs de produits, responsables Marketing, chefs de marchés, de groupes ou de marques souhaitant se perfectionner aux dernières évolutions du Marketing et faire évoluer leurs pratiques Marketing</p>	<p>Objectifs : -Se perfectionner dans votre mission de chef de produit définir, mettre en place et analyser les résultats d'une étude de marché -Savoir gérer les principales étapes du développement et du lancement d'un produit nouveau -Développer le potentiel créatif de chacun -Concevoir et mettre en oeuvre votre Plan d'Actions Marketing en cohérence avec le projet stratégique de l'entreprise</p>
<p>Programme :</p>	<p>Module 1 : Les techniques d'études de marché Diagnostiquer un besoin d'études Quel contexte, stratégique ou opérationnel Quels objectifs Marketing Comment rédiger un cahier des charges Connaître et différencier les sources d'information Mettre en oeuvre des études qualitatives Connaître les techniques de recueil de l'information Elaborer un guide d'entretien Mettre en oeuvre des études quantitatives Connaître les techniques de recueil de l'information Elaborer un questionnaire Définir les méthodes d'échantillonnage et la représentativité statistique Traiter les résultats Mettre en oeuvre des études de satisfaction clientèle</p> <p>Module 2 : Développer et lancer vos nouveaux produits Comment évaluer les chances de succès Comment découvrir des pistes de développement produit Comment évaluer la rentabilité du nouveau produit Comment mener le processus de développement du nouveau produit Comment lancer vos nouveaux produits</p> <p>Module 3 : Innover et Créer en Marketing La créativité et l'innovation : concept et historique Les attitudes créatives et les freins L'écoute, la flexibilité, la confiance, les idées polarisantes Les techniques de créativité : exposé et entraînement Les techniques associatives, aléatoires, analogiques, de concassage, projectives et prospectives, matricielles Les méthodologies d'application d'une recherche Les types d'application en Marketing</p>

	Module 4 : Construire votre Plan d'Actions Marketing (PAM) Intégrer votre PAM dans la stratégie de l'entreprise Présenter de d défendre votre PAM Décliner votre PAM en Business Plan	
Période :	A déterminer	
Durée :	10 jours	
Animateur(s)	Niveau d'Etude	Fonction Occupée