

## STRATÉGIE MARKETING

<b>OBJECTIFS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquérir les méthodes et les étapes clés d'un lancement de nouveau produit/service</li> <li>• Évaluer les risques et les opportunités à lancer un nouveau produit</li> <li>• Maîtriser toutes les étapes, de l'idée au lancement</li> </ul>
<b>PROGRAMME</b>	<p><b>MODULE 1 : Innover pour se différencier</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquérir les méthodes et les étapes clés d'un lancement de nouveau produit/service règles.</li> <li>• Évaluer les risques et les opportunités à lancer un nouveau produit</li> <li>• Maîtriser toutes les étapes, de l'idée au lancement</li> </ul> <p><b>MODULE 2 : L'élaboration d'une stratégie marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des opportunités de votre marché (existant ou à créer)</li> <li>• Ciblage de votre clientèle</li> <li>• Positionnement de votre offre</li> <li>• Détermination des plans d'actions (marketing mix)</li> <li>• Contrôle et révision de votre offre.</li> </ul> <p><b>MODULE 3 : Positionnement stratégique</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelle est votre position actuelle ?</li> <li>• Quelle position désirez-vous occuper ?</li> <li>• Qui devez-vous vaincre pour obtenir cette position ?</li> <li>• Possédez-vous les ressources nécessaires ?</li> <li>• Pourrez-vous subsister jusqu'à ce que vous obteniez cette position ?</li> <li>• Vos tactiques supporteront elles cet objectif de positionnement ?</li> </ul> <p><b>MODULE 4 : Rechercher et sélectionner différentes idées</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Différentes méthodes de créativité</li> <li>• Sélectionner en fonction des besoins</li> <li>• Améliorer les idées, formaliser les solutions</li> </ul> <p><b>MODULE 5 : Préparer et réussir le lancement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cibler et positionner</li> <li>• Évaluer le concept</li> <li>• Préparer la communication autour du nouveau produit</li> </ul>
<b>DURÉE</b>	2 jours
<b>POPULATION CONCERNÉE</b>	Toute personne en charge du marketing.