

Être disruptif : savoir faire preuve d'innovation

Se différencier grâce à un positionnement innovant et créatif

À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'utiliser la créativité pour mieux différencier votre positionnement et développer un véritable avantage concurrentiel.

PROGRAMME

Mener une réflexion stratégique pour se différencier et innover avec pertinence

- **Diagnostic** : de sa stratégie existante et axes d'amélioration.
- Analyser son environnement et ses opportunités de croissance.
- Anticiper les évolutions du secteur et du marché en détectant les signaux faibles.
- Découvrir l'approche produits/marchés/clients d'Ansoff.
- **Atelier** : utiliser la stratégie Océan Bleu pour élargir son espace de développement.

Accroître sa connaissance client et stimuler la créativité pour dépasser l'existant

- Identifier les sources d'innovation possibles : construire des insights clients, s'appuyer sur l'expérience client et le parcours client, demander l'avis du client,
- S'approprier une boîte à outils pour résoudre les « pain points » et identifier des innovations d'optimisation et de rupture
- Utiliser les techniques de créativité pour trouver de nouvelles solutions innovantes : carte mentale, analogie factuelle, reverse thinking...
- **Atelier** : évaluer et sélectionner les meilleures idées.

Formuler un positionnement différenciant

- Répondre efficacement aux 4 questions clés :
 - à qui je décide de vendre ?
 - à quels besoins je décide de répondre ?
 - comment y répondre ?
 - qu'est-ce que je décide de proposer de plus attractif que mes concurrents ?
- Formaliser son nouveau positionnement : les éléments clés
- **Atelier** : véhiculer efficacement son positionnement
- Mettre en place des outils de suivi efficaces pour mener à bien sa nouvelle stratégie

MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation.

PERFECTIONNEMENT

Code : CREAVAL

🕒 2 jours - 14 heures

💰 Prix HT : 1 420 € (repas inclus)

OBJECTIFS

- Structurer une approche de réflexion stratégique pour innover et différencier son offre.
- Formuler un positionnement différenciant.

PRÉREQUIS

Avoir un bon niveau de marketing.

PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs ou responsables marketing, chefs de groupe, chefs de produits seniors.

PLANNING

Paris

18 - 19 mars 2019

1er - 2 juillet 2019

19 - 20 septembre 2019

21 - 22 novembre 2019

19 - 20 mars 2020