



BY ABILWAYS

FORMATIONS LONGUES

INITIATION

Ref. : C19CERTIFCP1

Durée :
7 jours - 49 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 4290
€ HT
Particulier : 3650 € TTC

PARCOURS CERTIFIANT CHEF DE PRODUITS JUNIOR

Acquérir les méthodes pour s'affirmer dans sa fonction

La fonction de chef de produits est clé en marketing et requiert des compétences précises, à la fois stratégiques et opérationnelles. Ce parcours vous apporte les méthodes indispensables pour réussir votre prise de fonction.

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant chef de produits junior, validez et valorisez vos nouvelles compétences professionnelles auprès de votre entreprise, sur votre profil LinkedIn ou tout simplement sur votre CV.

Sur les 2 dernières années : taux de réussite 63% et taux d'abandon 37% (repriorisation suite à la crise COVID).

Suivre une formation certifiante sans passer la certification, c'est possible ! Contactez-nous au 01 85 53 47 56.

OBJECTIFS

Appréhender la fonction et les missions du chef de produits.

Acquérir les méthodes, techniques et outils marketing les plus efficaces en assurant leur suivi.

Construire un plan marketing à partir du nouveau mix-marketing customer centric pour une performance marketing orientée plus expérientielle..

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Nouveaux chefs de produits.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Réussir dans sa fonction de chef de produits junior.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quizz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quizz aval

PROGRAMME

Recommander une stratégie marketing (Module 1 - 2 jours)

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.
- Comment réussir son diagnostic marketing ?
- Comment définir ses objectifs ?
- Quelles étapes respecter pour réussir son plan marketing ?

La place et les missions du chef de produits

- Le rôle du marketing et les fonctions du chef de produits selon les modèles d'organisation.
- Compétences et évolutions du métier de chef de produits.
- Chef de produits, chef de marché, chef de marque : différences et similitudes.
- Champ d'intervention du chef de produits : analyse, stratégie, gestion, mix-marketing



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



BY ABILWAYS

et pilotage.

- La démarche marketing : du marketing stratégique au marketing opérationnel.

Segmenter/cibler/positionner

- Bien définir le marché : le rôle des études et la matrice de Porter.
- Segmenter la clientèle : enjeux et critères possibles en BtoB et en BtoC.
- Définir les personas et la stratégie de ciblage client.
- Positionner l'offre : la formalisation et les éléments constitutifs.
- Connaître les règles d'or d'un positionnement réussi.

Construire le nouveau mix-marketing customer centric (Module 2 - 2 jours)

Module distanciel :

- Qu'est-ce qu'un marketing mix ?
- Comment créer une offre cohérente ?
- Quel est le juste prix d'un produit ?
- Comment choisir son canal de vente ?
- Comment communiquer sur son offre ?

Les 4 P : un modèle « Product Centric » qui évolue

- La politique de produit.
- La politique de prix.
- La politique de distribution/vente.
- La politique de communication omnicanale.

Les 4C pour relever le défi d'un marketing « Customer Centric »

- Connaissance : la data, le socle du discours de marque.
- Contenu : développer l'intérêt à l'égard de la marque, de son offre.
- Cohérence : diversification des canaux, contextualisation et convergence des messages.
- Connivence : niveau ultime de l'engagement entre un client et une marque.

Les 4E : de nouveaux ingrédients pour une performance marketing orientée plus expérientielle

- L'Émotion : l'évolution de la communication vers le storytelling pour créer du lien.
- L'Expérience : au cœur de la relation consommateur/marque, brand ambassador.
- L'Exclusivité : développement de la customisation et de l'hyperpersonnalisation.
- L'Engagement : interactions, confiance mutuelle.

Les 4D du mix digital, facteurs-clés de succès face aux nouveaux défis numériques

- Disruption des modèles économiques.
- Digitalisation de l'expérience client.
- Désilotage de la chaîne de valeur.
- Diffusion du digital en interne.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Élaborer le plan marketing et financier (Module 3 - 2 jours)

Modules distanciel :

- Quelles étapes respecter pour réussir son plan marketing ?
- Comment faire adhérer à ses idées sans manipuler ?

Le business plan

- Comprendre les objectifs et finalités du business plan.
- Réaliser des prévisions d'activité fiables.
- Chiffrer son business plan pour financer son projet.
- Valider la fiabilité de son business plan pour mieux le défendre.

Élaborer le plan marketing : méthodes et contenu

- Les éléments constitutifs du plan marketing, rappel des outils et de la structure.
- Les facteurs clés de succès d'un plan marketing.
- Le résumé managérial.
- Les objectifs et les KPIs, le contrôle et le suivi du plan.
- La vente de son plan en interne aux managers et aux opérationnels.
- La rentabilité et l'impact de ses actions : tableaux de bord et indicateurs.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Certification Professionnelle Chef de produits junior (+ 1 journée)

La participation au parcours certifiant permet d'obtenir un Certificat Professionnel ISM Chef de produits junior attestant de la maîtrise de nouvelles compétences.

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel à l'issue du parcours.





BY ABILWAYS

- Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF.

INTERVENANTS

Catherine OBRECHT
IDENERGIE

Marc DEBREE

Michel DUCAMUS
Consultant
A.M.P.W.

Magali HUBERT

Marie-Hélène PFISTER
autoentrepreneur
En cours de création

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation. Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail. Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

LIEUX ET DATES

À distance

04 mai au 08 juil. 2022

Paris

04 nov. 2021 au 14 janv.
2022

14 mars au 13 mai 2022

04 oct. au 07 déc. 2022

