



Parcours chef de produits senior

Ref C19CP2


Parcours chef de produits senior

Formations longues

Perfectionnement	6 jours (42 heures)	Paris
		Lille
		Bordeaux
		Nantes
		Lyon

Adopter une démarche stratégique dans ses actions marketing

Le chef de produits passe parfois trop de temps sur les enjeux opérationnels, au détriment de la réflexion stratégique et du leadership de projets. Ce parcours vous permet de monter en compétences et de prendre en charge pleinement la dimension stratégique de votre poste.

 [Téléchargez le programme de cette formation](#)

Objectifs

- Bâtir une offre et un positionnement plus différenciants.
- Maîtriser les techniques permettant de générer des innovations de rupture.
- Pratiquer un marketing plus stratégique, omnicanal et orienté client.

Pour qui ?

Chefs de produits confirmés souhaitant se perfectionner.

Prérequis

Avoir une première expérience du marketing.

Code dokélio :

Compétences acquises:

À l'issue de ce parcours, vous disposerez des compétences marketing stratégiques et pratiques avancées, mises en application pendant la formation, vous permettant de vous perfectionner dans votre fonction marketing.

Programme

Modules distanciels :

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

La démarche de lancement d'offre : cas pratique

- Élaborer le plan marketing de lancement d'offre.
- Rappel des fondamentaux de la démarche de lancement d'offre pour le chef de produits.
- Élaborer un diagnostic orienté client, définir les objectifs, positionner une offre, prendre des décisions en matière de marketing mix.

Le positionnement, outil de création de valeur

- Les éléments constitutifs du positionnement :
 - la cible acheteur,
 - l'utilisateur,
 - le prescripteur,
 - les bénéfiques,

- la Reason To Believe (RTB),
- les avantages concurrentiels.
- Les facteurs clés d'un positionnement réussi : les critères à vérifier.
- Les leviers possibles de différenciation selon M. Porter : principes et illustrations.
- Le positionnement de l'offre répond-il bien à un besoin client ? La notion d'insight client.
- Les sources possibles d'insight client.
- La cohérence du positionnement avec le marketing mix.

Adopter une démarche d'innovation pour renouveler ses offres

- Comprendre les différents types d'innovations.
- Cibler les enjeux et la démarche du marketing d'innovation : le portail d'innovation.
- Identifier les sources de génération d'idées nouvelles.
- S'approprier les grandes étapes du processus innovation et l'état d'esprit.
- Exploiter les nouvelles tendances pour innover : l'innovation collaborative...
- Disrupter son business model ou sa proposition de valeur.
- Exploiter le Design Thinking au service de l'innovation.

Modules distanciels :

- 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 ?

Intégrer le digital, le multicanal et l'expérience client dans son approche marketing

- Exploiter les leviers du marketing digital pertinents.
- Communiquer sur les réseaux sociaux : enjeux et opportunités.
- Pratiquer le content marketing : enjeux et opportunités.
- Réussir son marketing client : l'insight client, l'expérience client, la gestion de la relation client.
- S'approprier les nouveaux enjeux de la distribution omnicanale.
- Coconstruction d'offre avec les consommateurs : comment s'y prendre ?

Mieux travailler en mode projet

- Connaître les bonnes pratiques en matière de cadrage de projet, les erreurs à éviter.
- Constituer un groupe projet et piloter le projet : les bonnes pratiques.
- Identifier et anticiper les risques.
- Piloter les indicateurs clés.
- Maîtriser les ratios financiers.
- Justifier ses hypothèses.

Exercer son influence en interne

- Bien collaborer et vendre ses projets marketing aux commerciaux : les bonnes pratiques.
- Renforcer la synergie entre le plan marketing opérationnel et le plan d'action commercial.
- Connaître les techniques de présentation percutante et les schémas de conviction.
- Gérer les interlocuteurs internes clés : les sponsors et les saboteurs.
- Formaliser et diffuser ses objectifs, l'alignement interne.

Modules distanciels :

- Qu'est-ce que le digital a changé au marketing ?
- Quelles étapes respecter pour réussir son plan marketing ?
- Comment adapter le storytelling à son management ?
- Comment faire adhérer à ses idées sans manipuler ?

3240€ HT

S'inscrire

Prochaines sessions

Paris

25 sept. au 24 oct. 2019

25-09-2019

27-09-2019
22-10-2019
24-10-2019
11 déc. 2019 au 23 janv. 2020
11-12-2019
13-12-2019
21-01-2020
23-01-2020
17 févr. au 18 mars 2020
17-02-2020
19-02-2020
16-03-2020
18-03-2020
27 mai au 01 juil. 2020
27-05-2020
29-05-2020
29-06-2020
01-07-2020
23 sept. au 28 oct. 2020
23-09-2020
25-09-2020
26-10-2020
28-10-2020
21 oct. au 26 nov. 2020
21-10-2020
23-10-2020
24-11-2020
26-11-2020
09 déc. 2020 au 20 janv. 2021
09-12-2020
11-12-2020
18-01-2021
20-01-2021
17 févr. au 18 mars 2021
17-02-2021
19-02-2021
16-03-2021

18-03-2021

Lyon
Prochaines sessions

- 25 sept. au 24 oct. 2019
- 17 févr. au 18 mars 2020
- 27 mai au 01 juil. 2020
- 23 sept. au 28 oct. 2020
- 09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

25 sept. au 24 oct. 2019

25-09-2019

27-09-2019

22-10-2019

24-10-2019

17 févr. au 18 mars 2020

17-02-2020

19-02-2020

16-03-2020

18-03-2020

27 mai au 01 juil. 2020

27-05-2020

29-05-2020

29-06-2020

01-07-2020

23 sept. au 28 oct. 2020

23-09-2020

25-09-2020

26-10-2020

28-10-2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

09-12-2020

11-12-2020

18-01-2021

20-01-2021

Nantes
Prochaines sessions

- 25 sept. au 24 oct. 2019

- 17 févr. au 18 mars 2020
- 27 mai au 01 juil. 2020
- 23 sept. au 28 oct. 2020
- 09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

25 sept. au 24 oct. 2019

25-09-2019

27-09-2019

22-10-2019

24-10-2019

17 févr. au 18 mars 2020

17-02-2020

19-02-2020

16-03-2020

18-03-2020

27 mai au 01 juil. 2020

27-05-2020

29-05-2020

29-06-2020

01-07-2020

23 sept. au 28 oct. 2020

23-09-2020

25-09-2020

26-10-2020

28-10-2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

09-12-2020

11-12-2020

18-01-2021

20-01-2021

Bordeaux **Prochaines sessions**

- 25 au 27 sept. 2019
- 17 févr. au 18 mars 2020
- 27 mai au 01 juil. 2020
- 23 sept. au 28 oct. 2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

25 au 27 sept. 2019

25-09-2019

27-09-2019

25-09-2019

27-09-2019

17 févr. au 18 mars 2020

17-02-2020

19-02-2020

16-03-2020

18-03-2020

27 mai au 01 juil. 2020

27-05-2020

29-05-2020

29-06-2020

01-07-2020

23 sept. au 28 oct. 2020

23-09-2020

25-09-2020

26-10-2020

28-10-2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

09-12-2020

11-12-2020

18-01-2021

20-01-2021

Lille

Prochaines sessions

25 sept. au 24 oct. 2019

17 févr. au 18 mars 2020

27 mai au 01 juil. 2020

23 sept. au 28 oct. 2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

25 sept. au 24 oct. 2019

25-09-2019

27-09-2019

22-10-2019

24-10-2019

17 févr. au 18 mars 2020

17-02-2020

19-02-2020

16-03-2020

18-03-2020

27 mai au 01 juil. 2020

27-05-2020

29-05-2020

29-06-2020

01-07-2020

23 sept. au 28 oct. 2020

23-09-2020

25-09-2020

26-10-2020

28-10-2020

09 déc. 2020 au 20 janv. 2021

09-12-2020

11-12-2020

18-01-2021

20-01-2021

[Nous contacter](#)