



PARCOURS CERTIFIANT CHEF DE PRODUITS SENIOR

Adopter une démarche stratégique dans ses actions marketing

FORMATIONS LONGUES

PERFECTIONNEMENT



Ref. : C19CERTIFCP2

Durée :
7 jours - 49 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 4390
€ HT
Particulier : 3951 € TTC

Code CPF : 1351

Code
Dokelio AF_0000024886
:

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.

Grâce à la reconnaissance officielle de notre parcours certifiant chef de produits senior, 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 93% et taux d'abandon 7% (congé maternité).

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

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.

EVALUATION

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

POUR QUI ?

Chefs de produits confirmés souhaitant se perfectionner.

PRÉREQUIS

Avoir une première expérience du marketing.

COMPÉTENCES ACQUISES

Perfectionner dans sa fonction marketing.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

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

PROGRAMME

Proposition de valeur et positionnement différenciant grâce à une démarche innovation (Module 1 - 3 jours)

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.



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



- 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 bénéficiaires,
 - 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.

Développer, vendre et déployer son offre (Module 2 - 3 jours)

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 ?

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



Préparation à la Certification Professionnelle Chef de produits senior (1 journée)

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

- Soutenance d'un mémoire devant un jury professionnel 4 mois après la fin du parcours.
- Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF.

INTERVENANTS

François GRAFFAN

NEXT STEPS

Anne Catherine OUVRARD

Anne-Catherine OUVRARD

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

08 févr. au 10 mars 2022
01 au 30 juin 2022
04 oct. au 10 nov. 2022

Paris

10 janv. au 04 févr. 2022
05 avr. au 06 mai 2022
02 nov. au 01 déc. 2022
08 févr. au 10 mars 2023

Lyon

04 oct. au 10 nov. 2022

Bordeaux

11 mai au 03 juin 2022

Rennes

01 au 30 juin 2022

