



LANCEMENT D'OFFRES DE PRODUITS ET SERVICES

XAVIER MOULIES

DEVENIR

Nouméa, Nouvelle-Calédonie
(687) 78-05-18



6 jours

Lors du lancement d'une nouvelle offre de produits ou de services, le responsable marketing doit tout mettre en œuvre pour s'assurer de son succès. De l'étude de marché au déroulement du plan de communication et de la stratégie digitale, chaque étape doit être maîtrisée pour contribuer à la réussite du projet.

Par ce module, vous intégrerez des méthodes et techniques indispensables au déploiement d'actions marketing et commerciales efficaces et bien ciblées.

POINTS FORTS

Une appréhension des notions basée sur des études de cas et sur les échanges d'expériences des participants.

Une démarche pragmatique, ancrée dans la réalité de l'entreprise.

Des techniques éprouvées, applicables directement en situation.

PUBLIC

Ce programme s'adresse tout particulièrement aux profils suivants :

- ▶ Managers désirant aiguiser leurs capacités managériales pour, *in fine*, piloter des équipes capables de performances et d'initiatives



JEAN-MARC XUEREB

Professeur au sein du département Marketing à l'ESSEC, directeur pédagogique de la Chaire Clients, Stratégie et Créativité et du MS

Marketing Management et Digital, il s'intéresse tout particulièrement à la gestion de l'innovation, à la stratégie d'entreprise et à la stratégie marketing. Il a également travaillé pendant dix ans pour différents cabinets de conseil de direction générale. Ancien doyen du corps professoral permanent de l'ESSEC.

JOUR

ACTIVITES / COMPETENCES

THEMATIQUES

Marketing stratégique et marketing opérationnel

1-2

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Analyser son marché, segmenter et définir la stratégie marketing ▶ Décliner la stratégie marketing en marketing opérationnel et produire les outils d'aide à la vente | <ul style="list-style-type: none"> ▶ La segmentation ▶ La stratégie marketing ▶ Le mix marketing ▶ Le plan d'actions marketing |
|--|--|

Développement commercial

3-4

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Traduire la stratégie marketing en stratégie commerciale ▶ Etablir le plan d'actions commerciales | <ul style="list-style-type: none"> ▶ La stratégie commerciale ▶ Les objectifs ▶ Le plan d'actions commerciales |
|--|---|

Marketing digital et relation client

5-6

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborer une stratégie digitale performante ▶ Améliorer l'expérience clients omnicanale | <ul style="list-style-type: none"> ▶ Stratégies SoLoMo et Atawad ▶ Expérience client ▶ Evolution du CRM vers le social CRM puis le CMR |
|--|---|