

# Chef de produit : Réussissez dans votre métier

Les nouvelles technologies ont modifié en profondeur les méthodes de travail des chefs de produit et ont fait basculer le rapport de force entre les clients et les marques.

Comment affronter les défis de demain ? Comment se mettre à niveau en tant que chef de produit, étant parfois issu de métiers techniques ?

- Ce module vous apportera une vraie culture marketing.
- Vous serez capable d'analyser votre marché et d'en faire une synthèse éclairante.
- Vous maîtriserez la construction des recommandations qui visent à créer de la valeur pour les clients et l'entreprise.
- Vous saurez piloter et mettre en oeuvre efficacement vos actions marketing sur tous les éléments du mix.
- Enfin, vous mobiliserez l'ensemble des acteurs afin de passer du concept à la réalité.

## Objectif pédagogique

- Situer son rôle et sa mission de chef de produit orienté client
- S'approprier les méthodes et outils clés du chef de produit
- Développer sa sensibilité client
- Démontrer son leadership en interne pour mobiliser

## Profil des stagiaires

- Chef de produit
- Chef de projet marketing
- Chef de marché

## Pédagogie

- Modules e-learning amont et aval pour apporter et ancrer les méthodes
- Apport de méthodes et préparation en commun avec le consultant
- Etudes de cas et exercices personnels
- Fiches pratiques
- Plan de développement personnel en fin de session

## Programme



### Appréhender les rôles et missions du chef de produit orienté client

- Définir les notions clés
- Structurer la démarche marketing
- Exposer les rôles et missions du chef de produit orienté client
- Trouver sur quels atouts s'appuyer pour réussir sa mission

### Analyser les facteurs externes et internes qui impactent l'activité

- Les facteurs externes :
  - les 5 forces concurrentielles de PORTER
  - l'analyse de la concurrence
  - l'analyse des clients : l'enjeu clé de la réussite de demain
- Les facteurs internes
- Identifier les sources d'informations
- Comprendre et analyser une étude qualitative et quantitative
- Utiliser le bilan SWOT

### Recommander les actions marketing qui créent de la valeur pour le client et l'entreprise

- Pratiquer la segmentation orientée client
- Cibler en vue d'actions rentables
- Se positionner et donner de la visibilité aux clients

### Actionner le Mix-produit pour créer de la valeur

- Produit / Service : ce qui crée de la valeur
- Distribution : des freins aux leviers
- Publi-promotion : êtes-vous prêts au plan de communication multi-canal ?
- Prix : quelle stratégie adopter ?
- Mobiliser tous les acteurs de l'entreprise pour réussir votre mission

- **1490 € HT** (pour le parcours qui intègre la formation et les modules e-learning)

- **Durée : 2 jours** • **Dates : voir calendrier joint**

- ☎ N° Conseil : **03 90 20 55 52**

- Réf : **ICDOR03**



## Nos conseils

- En session complémentaire d'approfondissement, vous pouvez vous inscrire à « **Marketing multicanal : construisez votre stratégie autour de l'expérience client** » (p. 29)

## Le + de cette formation

- Elle apporte une vision globale et opérationnelle des missions de tout chef de produit / chef de marché.

## Votre parcours

Modules e-learning avant :

- Maîtriser l'analyse SWOT
- Construire sa stratégie au niveau d'un business
- Analyser son produit

Modules e-learning après :

- Comment définir le positionnement d'une marque
- Bâtir un plan marketing