

INDUSTRIE PERFORMANTE - ARCHITECTURE SI ET INFRASTRUCTURES

# Réussir le lancement d'un produit-service innovant : marketing de l'innovation

Cette formation peut être organisée en intra entreprise.

Le marketing de l'innovation n'est pas une science exacte. Il se construit, par hypothèses, dans un environnement souvent inconnu et un écosystème encore non défini. C'est pourquoi, la démarche proposée est flexible et adaptable. Elle doit permettre de décider d'un point de vue marketing du GO, NO GO ou Go sous réserves, du projet innovant.

## PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Toute personne pouvant être impliquée dans des processus créatifs liés à la conception, ou à l'amélioration de produits, de services et de procédés.

**Prérequis :** avoir les compétences associées à la formation « Animer et conduire un processus créatif » (INNOV1)

## PROGRAMME

### S'approprier et traduire un projet en questions marketing

- structurer sa démarche de mise sur le marché avec une méthodologie éprouvée ;
- intégrer les notions d'attentes, de besoins et de comportements clients ;
- optimiser ses plans d'actions marketing ;
- diagnostiquer sa situation économique et technologique.

### Analyser le marché (environnement et marketing)

- établir une veille (économique, sociale, concurrentielle) ;
- repérer les turbulences potentielles ;
- segmenter le marché ;
- identifier les cibles.

### Construire l'offre (relations inter organisationnelles, comportements acheteur/usager/utilisateur)

- élaborer une matrice de segmentation client/applications ;
- évaluer l'attractivité des différents segments (entretiens qualitatifs) ;
- prioriser les segments et adapter l'offre.

### Consolider l'offre (business model, positionnement marché, business-plan)

- élaborer la stratégie ;
- définir le business model ;
- définir le plan d'actions ;
- bâtir le plan marketing (marketing mix) ;

### Mettre en œuvre des actions marketing opérationnel

- suivre les actions ;
- évaluer les résultats ;
- ajuster.

## OBJECTIFS & COMPÉTENCES

- Connaître, comprendre les étapes d'une démarche globale de marketing de l'innovation et savoir les adapter à son projet ;
- Écouter son environnement et conduire une analyse prospective ;
- Identifier les cibles commerciales et les motivations d'achat ;

### Informations clés

**🕒 Durée :**  
28 heures

**€ Tarif :**  
Sur mesure

653 € par jour en inter / nous consulter pour un tarif sur mesure en intra

### Contact

fc@utc.fr

- Convaincre et fédérer autour de nouveaux concepts ;
- Produire et faire preuve d'une approche créative et originale.

## LES + DE LA FORMATION

---

Entraînement sur des situations réelles ; accompagnement personnalisé ; pédagogie tournée vers la pratique.

Un temps réservé aux questions propres aux spécificités des activités de l'organisation.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

---

### Modalités pédagogiques

Exercices ; études de cas réels ; ateliers-projets.

### Modalités d'évaluation

Évaluation effectuée à l'occasion des mises en situation, des études de cas.

## POUR CANDIDATER

---

Inscription via formulaire (voir site web).