

STAGE

## Le métier de chef de produit - Niveau 2

Renforcer l'efficacité de vos actions marketing

«Le métier de chef de produit évolue : sur des marchés stables ou décroissants, avec des consommateurs plus exigeants et participatifs, la fonction se professionnalise sur la stratégie, sur les 3 approches marketing produit, client et relationnel et, sur l'intégration du Web. Cette formation chef de produit niveau 2 aborde toutes les facettes de ces évolutions.»

### Pour qui ?

- Chef de produit, chef de marché, chef de projet marketing confirmés. Chefs de marque.

L'expérience et/ou la bonne connaissance des fondamentaux du marketing sont nécessaires pour profiter pleinement de cette formation.

### Objectifs

- Maîtriser la gestion stratégique d'un portefeuille de produits ou de marques.
- Développer en synergie les trois approches marketing produit, client et relationnel.
- Intégrer les nouvelles opportunités apportées par le Web marketing.

### Programme

#### 1 Le chef de produit, créateur de valeur

- Contribution du chef de produit à la création de valeur pour l'entreprise.
- De l'alignement stratégique aux axes de développements du portefeuille produits.
- Définir les meilleures options marketing grâce à l'analyse

du Gap.

#### 2 Le chef de produit, stratège

- Décliner les 3 stratégies de Porter sur la conception et le développement de l'offre.
- Mener à bien une stratégie de différenciation.
- Mener à bien une stratégie de coûts.
- Mener à bien une stratégie de croissance.
- Faire évoluer les stratégies au cours du cycle de vie du produit.

#### 3 Le chef de produit, pilote et gestionnaire

- Piloter le développement et la rentabilité du portefeuille de produits ou marques.
- Gérer les investissements entre produits existants et nouveaux produits.
- Décider en prenant le minimum de risques: les modèles d'analyse stratégique.
- Adapter l'analyse stratégique à la gestion du portefeuille produit ou marque.

#### 4 Le chef de produit et l'évolution du marketing

- Évolution du marketing produit: marketing de solution et marketing client.
- De la segmentation des marchés à la segmentation des clients.
- Définir le mix gagnant du marketing relationnel : objectif, client, offre et canaux.
- Développer la convergence marketing de l'offre et marketing client.

#### 5 Le chef de produit, Web-marketeur

- Impact du web marketing sur la connaissance du client.
- Co-construire l'offre avec les consommateurs via le Web.
- Utiliser le web marketing : parole donnée aux consommateurs, marketing viral et One to One.

**e-learning** : Modules d'autoformation à distance qui peuvent être suivis pendant ou à l'issue de votre formation.

- Ajuster ses objectifs aux prévisions du marché
- Gagner en cohérence grâce à la stratégie Marketing

### Les + de cette formation

■ **Un consultant expert.** Le consultant a exercé des responsabilités de direction marketing. Il intervient fréquemment en Conseil et formation en entreprise et dans des contextes différents.

■ **Pédagogie interactive** : nombreux échanges au cours de la formation et cas pratiques permettant de traduire les acquis théoriques en pratique.

■ **Entraînement sur son propre cas** : il est proposé aux participants qui le souhaitent de s'entraîner sur leur propre cas.

**e-learning** : Modules d'autoformation à distance qui vous permettent d'approfondir et de compléter certains thèmes étudiés

**2 JOURS**

Réf. 2452

46 €HT Paris  
40 €HT Régions

**1180 €HT**

**Paris**

14 jan > 15 jan  
11 fév > 12 fév  
30 mars > 31 mars  
6 mai > 7 mai  
24 juin > 25 juin  
2 sep > 3 sep

4 nov > 5 nov

20 déc > 21 déc

**Lyon**

25 mars > 26 mars  
25 mai > 26 mai  
14 oct > 15 oct