

Chef de produit

<p>Objectif : Maîtriser le marketing mix et toutes les fonctions assumées par un chef de produit.</p>	<p>Personnes concernées</p> <p>Toute personne souhaitant développer sa culture « grande distribution », ayant une responsabilité dans le choix des produits et de leur implantation.</p> <p>Pré requis : aucun</p>
<p>PROGRAMME</p> <p>► LE ROLE DU CHEF DE PRODUIT</p> <ul style="list-style-type: none"> • La démarche marketing • L'objectif de résultats • Les différentes missions de la fonction • Les évolutions du métier • Étude et analyse des consommateurs • Les sources, les données à recueillir et les principaux types d'études • L'observatoire de la concurrence • L'analyse de son portefeuille produits • Le cycle de vie, utilisation des matrices BCG, RCA et RMC • Le diagnostic SWOT • La gestion des fournisseurs • Informer, motiver, mobiliser les forces de vente <p>► LE MARKETING MIX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les notions de produit global, de services et de solutions • Déterminer le niveau de prix : facteurs déterminants • Choisir et gérer son circuit de distribution • Le soutien publi-promotionnel du produit <p>► LA MISE EN OEUVRE DU PLAN MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir des prévisions de ventes • Définition d'objectifs et stratégie marketing • Leurs indicateurs de mesure • La segmentation et le ciblage des marchés/clients • Le positionnement réussi de l'offre • Le retroplanning • Le suivi et le contrôle des ventes et du plan d'actions • La mesure des performances commerciales du produit • Mesurer la rentabilité : ROI, point mort, marge • L'analyse des écarts, leurs causes et les actions correctives • L'élaboration du budget prévisionnel et tableaux de bord • Le plan marketing : modèle et principes clés 	<p>PEDAGOGIE</p> <p>Le Formateur</p> <p>Spécialiste de la distribution.</p> <p>Moyens et pédagogie</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Outre les apports théoriques illustrés de nombreux exemples et immédiatement suivis d'exercices pratiques, la formation est construite sur le vécu et l'échange d'expérience.</p> <p>Intra entreprise France entière et International</p> <p>Tarif inter par personne</p> <hr/> <p style="text-align: center;">3 jours</p> <hr/> <p style="text-align: center;">1 550 €</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Réf : DI058</p>