

JVFMK

MARKETING DE L'INNOVATION

→ Contexte

Le marketing de l'innovation est radicalement différent du marketing classique dans la mesure où, il fait la promotion d'une proposition de valeur, que la cible n'est pas habituée à consommer. Cela se traduit par une démarche différente et un travail qui démarre en amont de la conception même du produit.

🎯 Objectifs Pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire est conscient du rôle critique du marketing dès la conception même du produit innovant, il est capable d'élaborer les bons messages pour toucher les early adopters et le bon processus pour valider rapidement l'intérêt de la cible.



Moyens Pédagogiques

Un exposé théorique, ponctué de 5 ateliers pratiques pour prendre en mains les méthodologies et s'en accoutumer.

PROGRAMME

- > Innover c'est prendre des risques
- > La notion de discours opposable
- > À qui vendre en premier ?
- > Le rôle du marketing dans le design du produit/service innovant
- > Le pilotage du tunnel d'acquisition
- > Le rôle du marketing dans les projets R&T

THÈME MANAGEMENT DE L'INNOVATION

🕒 1 jour (7H)

€ 2200€ HT
INTRA

👤 12 Personnes
Intrapreneurs
Marketing managers
Innovation managers

Formateur
Chérif Mili

« Trouvez vos early adopters ! »