Stratégie marketing

Concevoir et lancer une offre innovante

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19PMG | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Stratégie marketing

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Maîtriser toutes les phases et clés de succès d'un plan de lancement d'une nouvelle offre.
- Développer un mix cohérent et aligné sur le positionnement de l'offre.
- Cadrer et assurer le pilotage opérationnel du lancement d'une nouvelle offre.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Connaître les outils du marketing mix.

Public concerné

Responsables marketing, chefs de produits seniors, chefs de marché.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

S'approprier les techniques de créativité pour élaborer une nouvelle offre

- Découvrir les méthodes d'animation pour faire émerger les nouvelles offres.
- Tester, sélectionner : passer de la bonne idée à l'innovation.
- Mettre en place une démarche Design Thinking.
- **Atelier** : réussir un brainstorming/brainwriting.

Identifier le besoin client et positionner son offre sur le marché

- Profil client, structure des ventes, stratégie d'entreprise, retours client... : diagnostiquer l'existant grâce à l'analyse de données.
- Analyser son environnement externe et les tendances marché et identifier les opportunités stratégiques avec la méthode de l'Océan Bleu.
- Définir des personas pour formaliser les attentes client.
- Tester et valider sa nouvelle offre par des insights consommateur.
- **Atelier :** Identifier les attentes et les besoins de ses clients grâce à la carte d'empathie.

Apporter de la valeur ajoutée par sa stratégie d'offre

- Définir sa cible et ses objectifs en cohérence avec le besoin client.
- Identifier les critères de concurrence et créer des nouvelles sources de valeur : Canevas stratégique.
- **Etude de cas** : Trouver des axes de différenciation avec l'outil Océan bleu et la matrice ERAC.
- **Atelier :** rédiger la proposition de valeur de sa nouvelle offre.

Élaborer le mix marketing de sa nouvelle offre

- Actualiser le modèle traditionnel des 4P dans un environnement numérique.
- People, Physical Environnement, Process : adopter le modèle des 7P pour sa nouvelle offre.
- Intégrer les nouvelles exigences du digital : Partout, Permanence, Prédictif, Privé.
- **Atelier** : rédiger le mix marketing de sa nouvelle offre.

Réussir le lancement de sa nouvelle offre

- Modéliser le parcours client pour identifier les points d'influence en utilisant l'expérience map.
- Restreindre le nombre d'objectifs de son lancement pour maximiser ses actions.
- Établir un planning des étapes du lancement et actions marketing à mener.

- Prioriser et rationaliser ses choix : la méthode ICE.
- Plan d'action commercial et kit marketing : former, informer et mobiliser en interne et en externe.
- **Atelier :** élaborer son plan de lancement multicanal : choix des canaux et actions de promotion.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.