

GÉRER UN PORTEFEUILLE DE PRODUITS_1639

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB1064
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Maîtriser les différentes étapes de la gestion d'un portefeuille de produits, depuis l'analyse du marché et de la concurrence, jusqu'au développement de nouveaux produits et à l'évolution du portefeuille.

PROGRAMME

Introduction à la gestion d'un portefeuille de produits

- Définition du portefeuille de produits.
- Les enjeux de la gestion d'un portefeuille de produits.
- Les différentes étapes de la gestion d'un portefeuille de produits.

Analyse du portefeuille de produits

- L'analyse de la situation du marché.
- L'analyse de la situation de l'entreprise.
- L'analyse de la concurrence.
- L'analyse de la rentabilité.

Stratégie de gestion de portefeuille de produits

- Les différents types de stratégies de portefeuille.
- La segmentation de portefeuille.
- La matrice BCG.
- La matrice ADL.
- La matrice GE.

Développement et gestion de nouveaux produits

- Les différentes phases de développement de nouveaux produits.
- Les outils de développement de nouveaux produits.
- Lancement de nouveaux produits.

Évolution du portefeuille de produits

- La mise à jour du portefeuille.
- La suppression de produits.
- L'extension de la durée de vie des produits.
- La gestion de la croissance du portefeuille.

Travaux pratiques : Etude de cas sur la rentabilité du portefeuille produits et les outils de mesure et suivi de la performance



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les principes de la gestion de portefeuille de produits et leur rôle. Savoir identifier les différentes phases du cycle de vie d'un produit. Développer une stratégie d'influence. Savoir identifier les différentes phases du cycle de vie d'un produit. Savoir gérer les interactions entre les différents produits d'un portefeuille. Mettre en place des plans d'action pour optimiser la performance du portefeuille de produits.

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chargés de communication, chefs de projet, webdesigners, webmasters

PRÉREQUIS

Avoir une connaissance des réseaux sociaux et des médias sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte