

GERER SON PORTEFEUILLE PRODUIT

Durée du stage :

14 heures sur 2 jours

Date :

Nous contacter
Olivier Virault
09 54 05 52 44
contact@media-med.fr

Lieu de formation :

**A distance ou en
présentiel**

Méthode pédagogique :

Tour de table / Exposé /
Atelier / Cas pratiques
Échanges interactifs
Remise d'un support
pédagogique

Evaluation des objectifs de la formation :

Quizz d'auto-
positionnement avant
/après

Effectif :

15 stagiaires maximum

Tarif :

840 euros HT

Financement :

Possibilité OPCO, entreprise,
individuel, indépendant.

Public :

Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing, du produit et de la direction souhaitant structurer leurs décisions d'évolution de portefeuille de marques / produits.

Pré-requis :

Connaissances marketing de base requises
Formation accessible quel que soit le niveau de séniorité

Objectifs :

Donner aux participants une méthode structurée pour analyser, piloter et faire évoluer un portefeuille de produits en cohérence avec la stratégie de l'entreprise.s

Programme général :

1. Analyse d'un portefeuille de produits

Ce module pose les bases analytiques nécessaires à toute décision produit. Vous apprenez à **évaluer objectivement un portefeuille** en croisant indicateurs de performance, positionnement stratégique et environnement concurrentiel. L'objectif est de **passer d'une vision intuitive à une lecture structurée des enjeux**.

- Analyser la performance des produits et des gammes
- Identifier les facteurs clés de succès et les points de fragilité
- Construire un mapping concurrentiel exploitable

Pour renforcer l'analyse en amont, suivez notre formation **mener une étude de marché** afin d'alimenter qualitativement votre flux d'insights marché et consommateurs et ainsi prendre des décisions éclairées.

2. Stratégie de gestion de portefeuille produits

Dans ce second module, vous travaillez sur les arbitrages stratégiques, l'allocation des ressources et la cohérence globale de l'offre. Vous êtes donc amené à :

- Structurer une stratégie de gamme cohérente
- Arbitrer entre croissance, diversification et rationalisation
- Aligner marketing, produit et forces commerciales

Notre formation **construire sa stratégie de marque** complète idéalement cette réflexion stratégique.

3. Développement et gestion de nouveaux produits

Ce module se concentre sur l'innovation et les lancements. Vous appliquez les méthodes vues sur vos propres produits afin de sécuriser les décisions et d'optimiser l'adoption marché. Sont donc abordés comment :

- Structurer un processus de développement produit
- Déployer une checklist go-to-market opérationnelle
- Construire des argumentaires orientés valeur client

Pour amplifier vos lancements, combinez ce module avec notre formation en **marketing d'influence et de recommandation**.

4. Évolution du portefeuille de produits

Ce dernier module aborde le pilotage du cycle de vie produit dans la durée. Comment faire perdurer ma rentabilité dans le temps ? Quand anticiper un déclin ? Comment me focaliser sur l'essentiel ? Faites évoluer votre portefeuille en fonction des performances, des retours marché et des tendances. Sont donc abordés :

- Le pilotage le cycle de vie des produits
- Les décisions d'évolutions ou retraits stratégiques
- La mise en place d'indicateurs de suivi pertinents

Une fois le module sur la gestion de portefeuille marque / produit maîtrisé, suivez notre module sur **transformer sa roadmap marketing stratégique en plan d'action** qui permet décliner la vision stratégique en plans d'actions réalistes, actionnables et pilotables. Bref, un vrai « game changer » !

Matériels Utilisés :

Intervenant :

Intervenant spécialisé