PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING STRATÉGIQUE

En présentiel à Marseille

Piloter un portefeuille produit qui performe

Réf MM-PROG-MKG-1-003-21H · v1.1 · Novembre 2026

21h	3 jours	5	1 785 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Optimisation, rationalisation ou enrichissement d'un portefeuille produits/services.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Diagnostiquer la santé de son portefeuille produit et identifier ses angles morts
2. Mobiliser les matrices d'arbitrage pour décider du sort des produits existants
3. Industrialiser le développement de nouveaux produits selon une méthode structurée
4. Piloter le marketing produit d'un portefeuille dans la durée

POUR QUI

Dirigeants, chefs de produit, responsables marketing et commerciaux pilotant une gamme. Intermédiaire en marketing produit.

AVANT DE COMMENCER

Maîtrise des notions de marketing produit (positionnement, segmentation, marges)

Disposer de données chiffrées sur son portefeuille (CA, marges, parts de marché) et d'un poste de travail avec accès internet

Disposer d'un portefeuille produit à travailler pendant la formation marketing produit

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Enjeux et périmètre du portefeuille produit · Diagnostiquer son portefeuille en marketing produit

Définition et enjeux : largeur, profondeur, cohérence vs stratégie · Lien portefeuille / stratégie d'entreprise · Matrice BCG : étoiles, vaches à lait, dilemmes, poids morts · Matrice ADL : maturité × position concurrentielle

MODULES 3 ET 4

Décisions marketing sur les produits existants · Innovations marketing et nouveaux produits

Repositionner, renforcer, moderniser · Décider du retrait : critères et processus de fin de vie · De l'insight au concept : méthodologie Jobs-to-be-Done · Phases de validation et de lancement (MVP, test marché)

MODULE 5

Piloter et faire évoluer le portefeuille

Tableau de bord du portefeuille · Revue trimestrielle : rituels et décisions

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 3H

Enjeux et périmètre du portefeuille produit

Définition et enjeux : largeur, profondeur, cohérence vs stratégie · Lien portefeuille / stratégie d'entreprise · Cycle de vie produit et impact sur les décisions · Tour d'horizon des modèles de portefeuille (B2C, B2B, services, plateformes, multi-canal, économie de la fonctionnalité, abonnement) · Diagnostic marketing produits : portefeuille actuel, angles morts

MODULE 2 · 6H

Diagnostiquer son portefeuille en marketing produit

Matrice BCG : étoiles, vaches à lait, dilemmes, poids morts · Matrice ADL : maturité × position concurrentielle · Matrice McKinsey/GE : attrait marché × force concurrentielle · Matrice ABC : produits par contribution au CA et à la marge · Analyse de rentabilité par produit et par gamme

MODULE 3 · 5H

Décisions marketing sur les produits existants

Repositionner, renforcer, moderniser · Décider du retrait : critères et processus de fin de vie · Stratégies d'extension de durée de vie

MODULE 4 · 5H

Innovations marketing et nouveaux produits

De l'insight au concept : méthodologie Jobs-to-be-Done · Phases de validation et de lancement (MVP, test marché) · Go-to-market · Co-création client, communautés bêta

MODULE 5 · 2H

Piloter et faire évoluer le portefeuille

Tableau de bord du portefeuille · Revue trimestrielle : rituels et décisions · Indicateurs avancés (signaux marché) et indicateurs retardés

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers d'analyse

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Étude de cas individuelle sur son propre portefeuille, restitution en groupe

Bilan

Auto-évaluation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

1 785 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44