USM31F - Marketing et lancement des nouveaux produits

Mis à jour le 17-02-2025

Code : USM31F

Unité spécifique de type cours

4 crédits

Responsabilité nationale :
EPN15 - Stratégies / Catherine DE LA FOUCHARDIERE

Contact national :

EPN15

2 rue Conté
75003 Paris
01 40 27 25 15
Habibatou Touré
habibatou.toure2@lecnam.net

Présentation

Objectifs pédagogiques

Ce cours a pour objet de jeter les bases du lancement de produit dans une ère digitale où la norme n'est plus aux grands lancements mais à l'itération et à la croissance rapide utilisant des techniques performantes bien rodées et les outils stratégiques et métier adéquats.

Compétences

A l'issue de ce cours, les apprenants sont en mesure de :

- comprendre les étapes nécessaires au lancement de nouvelles activités
- utiliser les méthodes d'idéation et de gestion de projet
- mobiliser leurs connaissances en méthodes, outils, techniques pour concevoir un lancement de produit dans un contexte donné

Programme

Contenu

Dans ce cours,on donnera un aperçu précis des méthodes, outils et techniques utilisées aujourd'hui en startup et grands groupes pour lancer de nouveaux produits (en élargissement de gamme ou création/occupation de nouvelles niches). Cela passe notamment par une connaissance client forte et active et une boucle de « feedback » permanente, qu'autorisent les canaux digitaux, pour pouvoir itérer et adapter ses opérations marketing.

Ceci nécessite évidemment un minimum de connaissances des principaux canaux marketing, de leur fonctionnement et de leur évaluation ainsi qu'une organisation réactive et flexible, ce que nous couvrirons en détail en théorie et en pratique via des ateliers. Nous approcherons de la même manières les sujets permettant de communiquer et convaincre efficacement : fonctionnalités, bénéfices, points de friction, et verrons comment utiliser ses « insights » pour générer des contenus pertinents.

Enfin, nous couvrirons en ouverture les ressorts stratégiques de la création de nouveaux produits ainsi que les méthodes d'idéation et validation de projet, et leur formatage d'opportunités en business model et plan d'affaires. Et pour conclure, nous évoquerons la suite donnée à ce type de lancement, quand il est réussi et quand il ne l'est pas, en startup et en grand groupe.

Ce cours accorde une place particulière aux enjeux soulevés par la responsabilité sociétale et environnementale (**RSE**) et au développement de **l'intelligence artificielle**. Ces deux enjeux seront mis en avant dans le contenu du cours, par les thématiques abordées, les exemples cités, les études de cas, les projets mis en œuvre et les outils utilisés. Ainsi, les apprenants sont sensibilisés à l'impact de leurs actions.

Modalités de validation

- Examen final

Description des modalités de validation

Evaluation individuelle ou collective sur des cas réels d'entreprise

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Fast Seconds	Markides

The Lean Startup	Ries
Zero to One	Thiel