

Lancement commercial d'une offre produit

Objectif : établir les conditions d'un lancement produit réussi

1

Comprendre la cible

- Ses besoins
- Ses habitudes d'achat
- Les fonctions concernées (stakeholders) : utilisateurs/décideurs/acheteurs

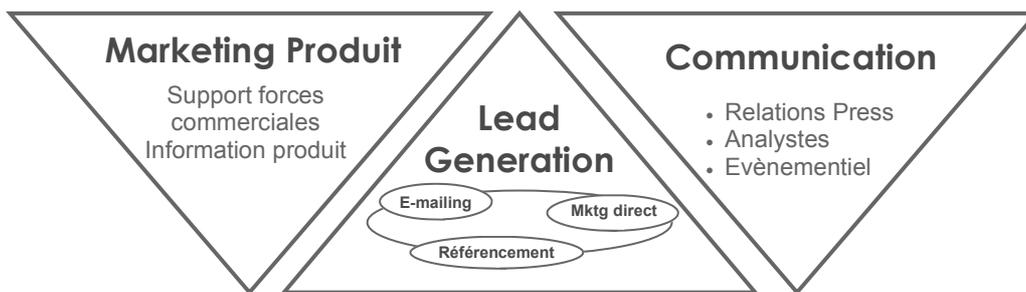
Comprendre l'écosystème

- La concurrence
- Les groupes d'opinion, standardisation, régulation...

2

Positionnement
Proposition de valeur

3



Comprendre la cible et l'écosystème pour construire une proposition de valeur efficace

- Analyse du besoin, identification des parties prenantes dans le processus de décision
- Connaissance de la concurrence
- Compréhension de l'écosystème : régulation, standardisation, groupes d'influence...

Construire les outils Marketing pour informer

- Brochures, fiches produits, témoignages clients
- Rédaction du contenu du site web et optimisation pour le référencement naturel
- Présentation de l'offre (PPT)
- Vidéos pour le web, salons, présentation...

Organiser la génération de leads commerciaux

- E-mailings, newsletters et suivi des leads
- Référencement naturel & payant
- Marketing direct : prospection téléphonique, gestion des RDV clients sur un salon...

Construire la notoriété de l'offre au travers des action de communication

- Relations Presse : communiqués, interviews, articles presse...
- Relations analystes
- Evènementiel