

## 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**

### Marketing Produit

Support forces commerciales  
Information produit

### Communication

- Relations Presse
- Analystes
- Évènementiel

### Lead Generation

E-mailing      Mktg direct  
Référencement

### 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 actions de communication

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