

Concevoir et exécuter une stratégie Go To Market efficace

Dans un marché hyper compétitif, savoir comment positionner et lancer efficacement vos produits ou services peut faire la différence entre le succès retentissant et l'échec cuisant. La formation "Concevoir et exécuter une stratégie Go To Market efficace" est spécialement conçue pour vous guider à travers chaque étape, de l'analyse de marché à l'exécution parfaite de votre plan.

PROGRAMME

Module 1 : Introduction à la Stratégie Go To Market (GTM)

- Définition et Utilité de la Stratégie Go To Market
- Les Composantes Clés de la Stratégie GTM
- Objectifs d'une Stratégie GTM
- Exemples de Stratégies GTM Réussies
- Présentation du cas fil rouge

Module 2 : Analyse du Marché

- Recherche et Collecte de Données
- Analyse des Tendances du Marché
- Analyse Concurrentielle
- Analyse des Opportunités et Menaces
- Analyse des Besoins et Attentes des Clients
- Évaluation de la Barrière à l'Entrée sur le Marché
- Cas fil rouge : Analyse du marché

Module 3 : Segmentation du Marché et Ciblage

- Méthodes de Segmentation du Marché
- Définition des profils types des segments cibles
- Analyse du Potentiel des Segments
- Ciblage et Positionnement sur le marché
- Cas fil rouge : Étude de Segmentation et Ciblage

Module 4 : Développement de la Proposition de Valeur

- Définition de la Proposition de Valeur
- Les Caractéristiques d'une Bonne Proposition de Valeur
- Alignement de la Proposition de Valeur avec les Besoins des Clients
- La valeur : Technique de formulation
- Cas fil rouge : élaboration de la valeur proposition

Module 5 : Plan d'exécution et de suivi

- Définition des objectifs
- Ressources Nécessaires
- Canaux de Distribution
- Calendrier de Mise en Œuvre
- Établissement du budget du budget
- Suivi et Ajustement
- Planification du Lancement
 - Création de la Campagne de Lancement
 - Alignement entre les Équipes de Vente et Marketing (MARKETING)
 - Optimisation du Parcours Client
 - Gestion de la Logistique du Lancement
- Suivi des premiers résultats
- Évaluation post-lancement
- Ajustement du Plan

Objectifs :

À l'issue de la formation, les participants seront en mesure de :

- Réaliser une analyse structurée de marché
- Segmenter un marché et identifier des cibles prioritaires
- Formaliser une proposition de valeur différenciante
- Construire un plan d'exécution opérationnel intégrant budget et calendrier
- Définir des indicateurs de performance (KPI) et piloter le suivi post-lancement
- Coordonner les équipes marketing et commerciales dans une logique SMARTETING.

Public visé :

- Dirigeants, cadres stratégiques et entrepreneurs
- Responsables marketing, chefs produit, responsables commerciaux
- Toute personne impliquée dans la conception ou le lancement d'une offre.

Pré requis : Aucun prérequis académique obligatoire.

- Une expérience professionnelle en entreprise est recommandée.
- Un test de positionnement est réalisé en amont afin d'adapter le niveau pédagogique si nécessaire.

Modalité d'accès :

- Inscription via formulaire ou entretien préalable
- Délai d'accès : 15 jours minimum avant le démarrage
- Référent pédagogique : formation@halgant.fr

Durée et organisation

- Durée totale : 2 jours / 14 heures
- Format : Présentiel / Distanciel
- Effectif : 6 à 15 participants

Méthodes pédagogiques

La formation se réalisera selon une pédagogie active avec intégrant apports conceptuels structurés, études de cas réels, Travaux en sous-groupes, Feedback individualisé

Modalités d'Évaluation des Acquis

Les acquis sont évalués à travers test de positionnement en entrée, quiz intermédiaires par module, Étude de cas finale évaluée selon une grille critériée, évaluation de la capacité à structurer un plan Go To Market complet

Modalités d'évaluation de la satisfaction

Questionnaire de satisfaction à chaud. Questionnaire de suivi à froid (à 30 jours).

Moyens techniques et pédagogiques

- Supports pédagogiques téléchargeables
- Plateforme de visioconférence (distanciel)
- Outils collaboratifs digitaux
- Salle équipée (présentiel)

Sanction : Attestation de formation.

Formateurs : Expert en marketing et distribution.

Date : programmées en fonction des besoins des participants ou du calendrier institutionnel.

Tarif : communiqué sur demande. Un devis personnalisé est établi après analyse du besoin

Accessibilité : Formation accessible aux personnes en situation de handicap.

Un référent handicap est disponible afin d'étudier toute demande d'adaptation pédagogique ou organisationnelle