

INNOVATION MARKETING



Bringing Knowledge to Action



malek.aber@sviews-dz.com
manager@sviews-dz.com



+213 (0) 5 60 01 41 67
+213 (0) 5 60 98 82 74
+213 (0) 5.60.01.94.89



[linkedin.com/in/SviewsProSvices](https://www.linkedin.com/in/SviewsProSvices)

OBJECTIFS DE LA SESSION

Vous avez créé un nouveau produit ou service innovant qui pourrait révolutionner votre industrie, mais savez-vous comment le commercialiser avec succès ? Ce programme est conçu pour fournir aux cadres ayant une expérience technique ou fonctionnelle approfondie avec un examen approfondi et la compréhension de la façon de tirer parti des concepts marketing clés en tant que nouvelles innovations et nouveaux produits. L'innovation marketing couvre également les nouvelles techniques numériques et l'évolution du marketing en tant que science fondée sur les données.

Vous apprendrez comment évaluer l'attractivité du marché, réfléchir à la conception et à la gestion de canaux de distribution, comprendre les architectures de prix et interagir plus efficacement avec des professionnels du marketing et de la stratégie. À travers des exemples réels, vous allez découvrir une approche pratique et stratégique pour comprendre la prise de décision des consommateurs, analyser les forces de l'entreprise et évaluer la concurrence.

DATES

DUREE

05 jours

PRIX /SESSION/PERSONNE

**Adresse : N° 25 B 6 cité 440
logts Bir Khadem, Alger**
(parking disponible,
documentation et restauration
incluses)



INNOVATION MARKETING

CONTENU

Dans ce programme, vous allez apprendre à:

- Développer un cadre stratégique pour évaluer les opportunités de marché.
- Anticiper et tirer parti d'incohérences surprenantes chez le client et processus de décision.
- Tirer parti des architectures de tarification les mieux placées pour aider à saisir la valeur.
- Choisissez les canaux de marketing numérique les mieux adaptés à leur produit et à leur marché.
- Communiquez plus efficacement avec votre équipe marketing.

QUI PEUT PARTICIPER ?

- Ingénierie senior, R & D, développement de produits, gestion de projet, informatique, finance, et les professionnels de la fabrication des industries grand public et interentreprises.
- Des cadres techniques moins expérimentés en marketing.
- Responsables non marketing.
- Des professionnels du marketing qui souhaitent discuter de nouvelles techniques de marketing et leur application à l'innovation.

