FONDAMENTAUX DU MARKETING STRATÉGIQUE

Marketing de l'innovation : explorer les usages, tester et lancer une offre

Une innovation échoue rarement pour des raisons techniques. Elle échoue parce que le besoin a été supposé plutôt que vérifié, parce que le prix n'a jamais été testé, ou parce que le lancement est arrivé sans que personne ne sache à qui parler en premier. Les équipes avancent alors sur un consensus interne que le marché ne partage pas. Deux jours pour outiller la démarche : exploration des usages, formulation d'hypothèses, tests rapides auprès de clients réels, modèle économique et plan de lancement. La formation s'adresse aussi bien à ceux qui découvrent le sujet qu'à ceux qui pilotent déjà des projets d'innovation.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 750 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Chefs de produit responsables innovation ingénieurs dirigeants de PME et porteurs de projet impliqués dans le lancement d'offres nouvelles.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Explorer les usages et les irritants d'un marché cible
- Formuler les hypothèses critiques d'une offre nouvelle
- Concevoir un test rapide pour valider ou invalider une hypothèse
- Construire le modèle économique et tester l'acceptation du prix
- Bâtir un plan de lancement avec ses premiers relais
- Décider de poursuivre de réorienter ou d'arrêter un projet

03 Programme détaillé

M1 Comprendre le terrain

- Partir de l'usage plutôt que de l'idée
- Identifier les usages actuels et les solutions de contournement
- Conduire un entretien d'exploration sans induire la réponse
- Repérer les irritants qui justifient un changement
- Cartographier les acteurs qui influencent la décision d'achat
- Atelier : Préparation puis simulation d'un entretien d'exploration sur le projet apporté par le participant.

M2 Formuler et tester ses hypothèses

- Réduire l'incertitude avant d'investir
- Distinguer hypothèse de valeur et hypothèse de faisabilité
- Classer les hypothèses selon leur criticité
- Concevoir un test léger et son critère de réussite
- Interpréter un résultat sans le forcer
- Cas pratique : Construction d'un test rapide pour l'hypothèse la plus critique du projet avec définition du seuil de décision.

M3 Modèle économique et prix

- Vérifier que l'offre tient debout
- Décrire la structure de revenus et de coûts de l'offre
- Explorer plusieurs formats de tarification
- Tester l'acceptation du prix auprès de clients potentiels
- Évaluer le volume nécessaire à l'équilibre
- Atelier : Comparaison de deux modèles de tarification pour la même offre et argumentation du choix retenu.

M4 Lancer et ajuster

- Organiser les premiers mois de l'offre
- Choisir le segment d'entrée et les premiers clients de référence
- Construire le discours de lancement et les preuves associées
- Préparer les équipes commerciales et le support
- Suivre les signaux d'adoption et corriger l'offre
- Mise en situation : Présentation du projet devant un comité qui challenge la cible le prix et le plan de lancement.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 750 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 26/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr