

CM CONSULTING

Formation continue Formation continue Formation continue Formation continue

RE-CONCEPTION ORIENTÉE CLIENTS

Objectif du cours	<p>Apporter aux participants une méthode ainsi que des outils qui leur permettront d'assurer la focalisation des efforts de R&D sur les aspects du produit qui ont de l'importance pour le client et pour lesquels le degré de satisfaction est le plus susceptible d'être amélioré.</p> <p>Faciliter l'identification des opportunités d'amélioration les plus prometteuses.</p>
Public cible	<p>Tout professionnel et manager confronté à des problèmes d'innovation et qui désire augmenter de façon significative la performance de sa contribution par une prise en compte pertinente de la perspective du client, comme préalable à l'amélioration de produits.</p>
Programme	<p>09h00 Introduction</p> <p>Confirmation de la stratégie</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Environnement▪ Stratégie existante et organisation▪ Besoins des parties prenantes▪ Facteurs critiques de succès et performance <p>Modèle de valeur du produit</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Evaluation du produit/ processus, des offres concurrentes▪ Mesures de performance▪ Contraintes▪ Modèle de de valeur▪ Estimation des tendances <p>Evaluation du positionnement</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Validation des mesures de performance▪ Problèmes perçus affectant la vente <p>Diagnostic des opportunités</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Validation des opportunités▪ Fixation des priorités <p>Plan d'actions</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Evaluation des opportunités▪ Coûts, avantages et risques▪ Elaboration d'un plan d'actions pour la re-conception <p>17h00 Fin du cours</p>

Enseignant

Coûts