

MARKETING ET R&D



« Chaque fois que vous voyez une entreprise qui réussit, dites-vous que c'est parce qu'un jour quelqu'un a pris une décision courageuse »

– Peter Drucker
Théoricien américain 1909 – 2005

PROBLÉMATIQUES TYPES RENCONTRÉES

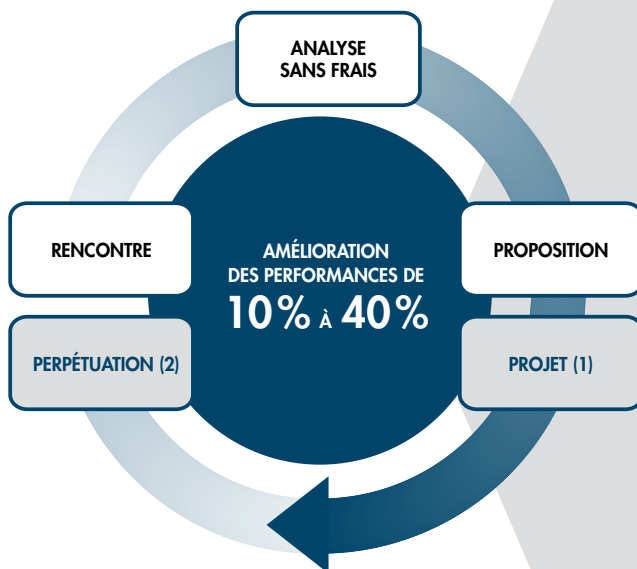
- Plan stratégique marketing mal défini (clients, marchés, produits, tendances, distribution, compétition, marchandisage)
- Stratégie de relations publiques peu structurée (médias, relations de presse, conférences, etc.)
- Support visuel non adapté à la stratégie marketing (brochure, matériel visuel, publicité, Internet)
- Gestion inefficace des coûts et délais de R&D, création et mise en marché
- Manque de coordination entre les départements
- Processus de documentation, validation et autorisation inefficace
- Manque de vision globale des projets en cours
- Incompréhension des rôles et responsabilités causant un impact négatif sur la gestion des activités prioritaires
- Sous utilisation des données disponibles ou potentielles (base clients, sondages, « focus group »)

RÉSULTATS

- Augmentation des ventes
- Augmentation des parts de marché
- Réduction du temps de cycle des étapes de R&D, création et mise en marché
- Amélioration du plan de relations publiques (médias, relations de presse, etc.)
- Supports visuels efficaces (brochure, matériel visuel, publicité, Internet)
- Amélioration de la compréhension des marchés, concurrents, produits, etc.
- Optimisation du suivi et de l'approbation des étapes de R&D, création et mise en marché
- Certification NIVEAU 5 
- Réduction des coûts d'opération
- Structure de communication efficace
- Culture proactive

IMPACT SUR LES ÉTATS FINANCIERS
R.O.I. = 2 À 8 / 1

NOTRE APPROCHE



PROJET (1)

PROCESSUS MARKETING ET R&D

- Plan Marketing (marchés cibles, produits, prix, promotion, distribution)
- Processus de R&D, création et mise en marché optimisés
- Procédures et méthodes de travail standardisées
- Structure de priorités des activités

SYSTÈME DE GESTION

- Échéancier détaillé par projet
- Gestion de coûts par projet (RH, matériel, etc.)
- Suivi et gestion des performances (KPI)

STRUCTURE DE COMMUNICATION

- Processus de communication efficace
- Processus d'approbation de projet
- Gestion des priorités interdépartementales

SUPERVISION DU MARKETING ET R&D

- Culture de gestion proactive par la formation et le coaching des gestionnaires sur le terrain :
 - Comportements proactifs (Supervision active et Rôles / Responsabilités)
 - Habiletés de gestion (IHG^{MC})
 - Approche mobilisatrice (FC²/O²)
 - Capacité de leadership (L360°)

PERPÉTUATION (2)

Développement d'une équipe et d'un système de perpétuation (transfert de connaissances)