

**Programme Horodaté : Séminaire de formation du 23 Novembre 2017**  
**Product Lifecycle Management**

La journée	Heure de début	Heure de fin
Accueil des participants	<b>8H15</b>	<b>8H45</b>
Ouverture. – Revue du programme de formation, recueil des attentes.	<b>8H45</b>	<b>9H15</b>
<b>1- La R&amp;D, La Qualité, les Achats, La production... : transformer la relation au produit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'entreprise doit trouver une organisation autour du produit, en assurant la communication et la collaboration entre les différents services internes mais aussi avec les acteurs externes</li> <li>• Tour de table</li> </ul>	<b>09H15</b>	<b>10H00</b>
<b>2- Le développement produit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Le processus global de développement produit</li> <li>b) Focus sur les grandes étapes                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelles méthodes, outils, et challenges à chaque étape ?</li> <li>• Bonnes pratiques</li> </ul> </li> </ul>	<b>10H00</b>	<b>10H30</b>
<b>Pause-café</b>		
<b>3-La vie du produit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Qualité : Quels enjeux ? Quelles bonnes pratiques ? Comment utiliser la qualité comme un outil marketing ?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment utilisez / utiliseriez-vous la qualité dans votre plan marketing et votre communication ?</li> </ul> </li> <li>b) Achats : Quel est l'impact d'optimiser ses coûts sur le produit ?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comment intégrer vous les changements de fournisseurs, sources, négociation de contrat dans la vie du produit ?</li> </ul> </li> <li>c) Les challenges du redéveloppement                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quelles motivations pour le redévelopper (recette/ packaging) un produit</li> </ul> </li> </ul>	<b>10H45</b>	<b>12H45</b>
<b>Déjeuner</b>		
<b>4-Les données produit</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Quelles données collecter et à quelle étape ?</li> <li>b) Quels outils ?</li> </ul>	<b>13H45</b>	<b>14H45</b>

<b>La journée</b>	<b>Heure de début</b>	<b>Heure de fin</b>
<p><b>c)</b> Comment utiliser ces données ? Qui les utilise ? Comment les mettre à jour ? Comment s'en servir ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retour d'expérience ? Quizz / QCM sur les données</li> </ul>	<b>13H45</b>	<b>14H45</b>
<p><b>5-LA RSE</b></p> <p><b>a)</b> La RSE, une stratégie d'entreprise ?</p> <p><b>b)</b> L'impact de la RSE sur les produits</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sur les fournisseurs</li> <li>2. Sur le développement et la vie du produit</li> <li>3. Sur le supply chain / distribution</li> </ol> <p><b>c)</b> Comment intégrer la RSE dans produit</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quelles méthodes, outils et challenges ?</li> <li>2. A chaque étape : Comment intégrer la RSE dès le début du processus ? Sous quelle forme ? Qui des produits existants ?</li> </ol> <p><b>d)</b> La RSE : Un véritable outil marketing</p>	<b>14H45</b>	<b>15H45</b>
<p><b>6-Conclusion</b></p> <p><b>a)</b> Recap sur la transformation de l'organisation : méthodes, outils et collaboration</p> <p><b>b)</b> L'importance des données produit comme outil de communication marketing</p> <p><b>c)</b> RSE : se centrer / concentrer sur le produit avant l'entreprise</p> <p><b>d)</b> Feedback des participants</p>	<b>15H45</b>	<b>16H15</b>