Product Growth : assurer la croissance de son produit

Maîtriser l'adoption, piloter et amplifier son développement sur le marché

DESCRIPTION

Votre produit est lancé, mais il n'a pas encore atteint son plein potentiel. Quelle **stratégie d'adoption et de croissance** mettre en œuvre pour y arriver ?

Que vous évoluiez dans un univers B2C, B2B ou B2E, des questions fondamentales se posent pour vous permettre d'impulser une **croissance durable**, en adéquation avec la **raison d'être de votre produit**. Quel est son cœur de cible et l'a-t-il déjà rencontré ? Comment optimiser le cycle de vie utilisateur/client ? Comment s'appuyer sur de la donnée et ses enseignements pour piloter sa stratégie de croissance ?

Cette formation s'adresse aux **Product Managers** qui souhaitent renforcer leur expertise en intégrant les pratiques de **Product Growth** (Growth Hacking, Growth Marketing, …) à leur panoplie d'outils, pour maximiser la croissance de leur produit.

Au cours de cette formation, les apprenant·e·s découvriront comment élaborer une stratégie de **croissance efficace**, visant à actionner chaque levier au bon moment, et en se concentrant sur la **compréhension de leur marché cible**, la **résolution de problèmes** clés, l'**acquisition et la rétention** de nouveaux utilisateurs actifs et engagés.

Un temps fort sera également consacré à identifier les **bons indicateurs** et **analyser les données** pour piloter le succès de sa stratégie de croissance, ainsi qu'à intégrer des tactiques telles que l'optimisation du taux de conversion, l'acquisition de trafic qualifié et l'amélioration de la fidélité des clients.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Découvrir et s'approprier les concepts clés du Product Growth et de la gestion de croissance produit
- S'approprier le cycle de vie du produit d'une part et d'autre part le cycle de vie des utilisateurs/clients
- Savoir analyser les tendances et données du marché et étudier les usages Produit pour élaborer une stratégie de croissance efficace
- Appliquer les connaissances en effectuant des ateliers pratiques sur un cas concret pour construire la croissance du produit
- Évaluer les résultats d'une stratégie de croissance à l'aide d'outils d'analyse de données
- S'approprier des outils activables permettant de déployer une stratégie de croissance dans son contexte

Stage pratique
Product Management

Code :
GROW1

Durée :
2 jour(s) (14,00 heures)

Exposés : **30 %**
Cas pratiques : **50 %**
Echanges d'expérience : **20 %**

Inter-entreprises :
Prochaines sessions disponibles sur notre site web.
Tarif : 1 690,00 € HT / participant

Intra-entreprise :
Tarifs et dates sur demande.

PUBLIC CIBLE

- Product Manager
- Lead Product Manager
- Group Product Manager
- Chief Product Manager
- Chief Digital Officer

PRE-REQUIS

Afin de suivre ce module, une expérience significative en Product Management sera attendu des participant·e·s.

Il est également recommandé d'avoir suivi au préalable la formation "Devenir Product Manager" (AGPM1).

La connaissance des modèles BtoC est un plus.

METHODE PEDAGOGIQUE
Formation avec apports théoriques, échanges sur les contextes des participants et retours d'expérience pratique des formateurs, complétés de travaux pratiques et de mises en situation.

PROFIL DES INTERVENANTS

Cette formation est dispensée par un·e ou plusieurs consultant·es d'OCTO Technology ou de son réseau de partenaires, expert·es reconnus des sujets traités.

Le processus de sélection de nos formateurs et formatrices est exigeant et repose sur une évaluation rigoureuse leurs capacités techniques, de leur expérience professionnelle et de leurs compétences pédagogiques.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET FORMALISATION À L'ISSUE DE LA FORMATION

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des ateliers et des mises en pratique.

Afin de valider les compétences acquises lors de la formation, un formulaire d'auto-positionnement est envoyé en amont et en aval de celle-ci.

En l'absence de réponse d'un ou plusieurs participants, un temps sera consacré en ouverture de session pour prendre connaissance du

positionnement de chaque stagiaire sur les objectifs pédagogiques évalués.

Une évaluation à chaud est également effectuée en fin de session pour mesurer la satisfaction des stagiaires et un certificat de réalisation leur est adressé individuellement.

PROGRAMME PEDAGOGIQUE DETAILLE

Jour 1

MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX

- Histoire et enjeux de la Croissance
- L'état d'esprit "Growth"
- Les différents types de croissance (organisation, biz, diversification...)

CHERCHER L'AJUSTEMENT "PARFAIT"

- La croissance dans le cycle de vie produit
- La recherche de l'adéquation Problème et Solution
- La recherche de l'adéquation Produit et Marché

S'APPUYER SUR LA DATA

- L'importance de la data et de la mesure
- Identification des personas & opportunités
- Pilotage de la croissance : NSM, OKR
- Prise de décision fondée sur la data (quanti & quali)

Jour 2

MODÉLISER SA CROISSANCE

- Présentation du framework (A)AARRR
- Définition de sa stratégie d'acquisition, de conversion et de rétention
- Identification des indicateurs à suivre dans son contexte (B2C, B2B, B2E...)
- Adaptation de son cycle utilisateur en fonction de son contexte

MENER UNE EXPÉRIMENTATION DE CROISSANCE

- Présentation du "Growth Process"
- Rassemblement, classement et priorisation des idées
- Conception et lancement d'une expérimentation

- Analyse et interprétation des résultats
- Automatisation de ses expérimentations

OPTIMISER SA CROISSANCE

- Identification des leviers pour la mise en place d'une croissance organique
- Engagement des utilisateurs (hook model)
- Vers une croissance "intelligente"

BILAN ET CLÔTURE

- Revue des concepts clés présentés sur les 2 journées
- Questions et réponses additionnelles
- Clôture de la session

Accessibilité

L'inclusion est sujet important pour OCTO Academy.
Nos référent·es sont à votre disposition pour faciliter l'adaptation de votre formation à vos besoins spécifiques.
Pour les contacter : academy.accessibilite@octo.com