Growth : mettre son produit sur le marché et assurer sa croissance

Adopter une stratégie d'acquisition performante pilotée par l'expérimentation

DESCRIPTION

Le design thinking permet d'explorer de nouvelles opportunités et d'avoir un retour qualitatif du terrain. Le lean start up apporte, quant à lui, une méthodologie pour lancer un nouveau business. Cependant, ces méthodes n'apportent pas de solution pour passer de 0 à 1000 utilisateurs, et elles ne décrivent pas comment réaliser la mise sur le marché (Product Market Fit).

Selon la définition de Marc Andreesson "Product/market fit means being in a good market with a product that can satisfy that market". C'est la première étape de lancement de produit, ensuite se pose la question de comment augmenter ses parts de marchés ou la panier moyen.

Pour répondre à ces problématiques, une nouvelle expertise c'est développé : la croissance/growth. Cette dernière possède deux objectifs distincts : réussir le lancement d'un nouveau produit sur un marché et faire croître ce produit travaillant l'amélioration du funnel de conversion.

Cette formation propose de s'approprier ces méthodologies de croissance/growth et de les mettre en pratique opérationnellement dans un produit, une équipe, une entreprise. .

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Réussir la mise sur le marché d'un nouveau produit
- Définir une stratégie basée sur des indicateurs clés
- Mettre en place une stratégie d'acquisition et optimiser ses canaux d'acquisition
- Générer des nouveaux leads et automatiser la relation client
- Améliorer le funnel de conversion
- Construire une stack d'outils de croissance
- Lancer les expérimentations pour améliorer le funnel de conversion

PUBLIC CIBLE

Stage pratique
Culture Produit

Code :
GROW1

Durée :
2 jour(s) (14,00 heures)

Exposés : **50.00 %**
Cas pratiques : **30.00 %**
Echanges d'expérience : **20.00 %**

Inter-entreprises :
Prochaines sessions disponibles sur notre site web.
Tarif : 1 580,00 € HT / participant

Intra-entreprise :
Tarifs et dates sur demande.

OCTO Academy est une marque d'OCTO Technology, référencé au DATADOCK – 34, avenue de l'Opéra, 75002 Paris France - SAS au Capital de 509 525.30 €
Tél : +33 1 70 36 18 67 – Fax :+33 1 58 56 10 01 –academy@octo.com –https://www.octo.academy –academy@octo.com
SIRET : 418 166 096 00069 – RCS Paris B 418 166 096 - NAF 6202A – Organisme de formation N° 11 75 48 936 75

- Product manager
- Chef de produit
- Intrapreneur
- Responsable innovation
- Responsable marketing
- Responsable commercial
- Chargé d'études
- Chef de projet
- Manager
- Consultant
- Equipe marketing et commerciale

PRE-REQUIS
Aucun

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

PROFIL DES INTERVENANTS
Toutes nos formations sont animées par des consultants-formateurs expérimentés et reconnus par leurs pairs.

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. Une évaluation à chaud sur la satisfaction des stagiaires est réalisée systématiquement en fin de session et une attestation de formation est délivrée aux participants mentionnant les objectifs de la formation, la nature, le programme et la durée de l'action de formation ainsi que la formalisation des acquis.

PROGRAMME PEDAGOGIQUE DETAILLE

Jour 1

DÉCOUVERTE DE LA CROISSANCE/GROWTH

L'état d'esprit d'un growth manager

Lancement d'offre sur un nouveau marché : product market fit, channel product fit

OCTO Academy est une marque d'OCTO Technology, référencé au DATADOCK – 34, avenue de l'Opéra, 75002 Paris France - SAS au Capital de 509 525.30 €
Tél : +33 1 70 36 18 67 – Fax :+33 1 58 56 10 01 –academy@octo.com –https://www.octo.academy –academy@octo.com
SIRET : 418 166 096 00069 – RCS Paris B 418 166 096 - NAF 6202A – Organisme de formation N° 11 75 48 936 75

Objectif de l'acquisition

Framework AAARR (Acquisition - Activation - Rétention - Référence - Revenu)

Exemple d'expérimentation de croissance

Les différentes étapes de la croissance (product market fit, channel product fit)

PILOTAGE DE L'EXPÉRIMENTATION PAR INDICATEURS/OBJECTIFS

Définition d'un bon indicateur et points de vigilance

Indicateurs de produit / indicateurs d'acquisition

Les OKR (Objectives and Key Results) pour définir vos metrics

Mise en pratique : “Définir ses OKR”

Définition de la North Star Metrics

Mise en pratique : “Définir la North Star”

ADOPTER UNE STRATÉGIE D'ACQUISITION PERFORMANTE

Acquisition : point de départ départ de son entonnoir de conversion

Mesure de la performance d'une campagne d'acquisition

Définition d'une stratégie de contenu pour le support marketing de l'acquisition

Adaptation de la stratégie selon une échelle de temps (inbound vs outbound)

Les principaux leviers de croissance lors d'une stratégie inbound

Les principaux leviers de croissance lors d'une stratégie outbound

Zoom sur l'acquisition payante

- Différents canaux d'acquisition payante
- Optimisation des canaux d'acquisition
- Retargeting

Méthodologie et outils pour la génération de lead

Outils d'automatisation pour le nurturing

Mise en pratique :“Créer une stack d'acquisition outbound B2B”

OCTO Academy est une marque d’OCTO Technology, référencé au DATADOCK – 34, avenue de l'Opéra, 75002 Paris France - SAS au Capital de 509 525.30 €
Tél : +33 1 70 36 18 67 – Fax :+33 1 58 56 10 01 –academy@octo.com –https://www.octo.academy –academy@octo.com
SIRET : 418 166 096 00069 – RCS Paris B 418 166 096 - NAF 6202A – Organisme de formation N° 11 75 48 936 75

Jour 2

AMÉLIORER SON FUNNEL DE CONVERSION

Présentation des différents outils pour suivre l'audience et la réengager (Segment, Google Analytics, Amplitude, Intercom, etc)

Définition des équipes pour optimiser le tunnel de conversion

Onboarding ou la création du aha moment

Mécanique de rétention pour engager l'utilisateur

Viralisation pour acquérir des nouveaux utilisateurs à moindre coût

Modèle de revenu et optimisation de la monétisation

Cas d'usages de mécaniques d'optimisation de funnel d'acquisition

GROWTH HACKING

Définition du growth hacking

Évolution des pratiques du growth hacking jusqu'à aujourd'hui

Exemple de growth hack à succès

LANCER DES EXPÉRIMENTATIONS POUR OPTIMISER LE FUNNEL DE CONVERSION

Landing page ou le point d'entrée pour acquérir des nouveaux clients

Panorama des outils no code pour lancer vos expérimentations

Intégrations de toute l'entreprise dans la réalisation des expérimentations

Rôle et atouts d'une équipe growth (vision, objectif, roadmap)

Cas d'usages d'expérimentation

OCTO Academy est une marque d'OCTO Technology, référencé au DATADOCK – 34, avenue de l'Opéra, 75002 Paris France - SAS au Capital de 509 525.30 €
Tél : +33 1 70 36 18 67 – Fax :+33 1 58 56 10 01 –academy@octo.com –https://www.octo.academy –academy@octo.com
SIRET : 418 166 096 00069 – RCS Paris B 418 166 096 - NAF 6202A – Organisme de formation N° 11 75 48 936 75