**MODÈLE DE PLAN DE LANCEMENT DE NOUVEAU PRODUIT**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **TITRE DE LA TÂCHE** | **DESCRIPTION DE LA TÂCHE**  | **PROPRIÉTAIRE ASSIGNÉ** | **DUEDATE** | **ÉTAT DE LA TÂCHE** |
| ANALYSE DE MARCHÉ | Évaluer le potentiel et la valeur du marché |   |   | Non démarré |
| Effectuer une analyse de la concurrence |   |   | En cours |
| Définir le public cible |   |   | Complet |
| Tâche 4 |   |   | En attente |
| Tâche 5 |   |   | En retard |
| PERSONAS D'AUDIENCE | Créer des enquêtes clients |   |   | Examen des besoins |
| Mener des entrevues téléphoniques et en personne |   |   |   |
| Collecter des données à partir de l'analyse Web et sociale |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| PRIX DES PRODUITS | Définir les objectifs de l'entreprise |   |   |   |
| Analyser les prix des concurrents |   |   |   |
| Déterminer les coûts |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ | Définissez votre proposition de valeur unique |   |   |   |
| Créer une déclaration de positionnement |   |   |   |
| Finaliser l'infrastructure de messagerie |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| STRATÉGIE DE MISE SUR LE MARCHÉ | Définir la stratégie de vente |   |   |   |
| Créer un plan marketing |   |   |   |
| Modèle GTM complet |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| AIDE À LA VENTE | Développer le contenu de la formation |   |   |   |
| Organiser des sessions de formation |   |   |   |
| Créer des modèles d'e-mail |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
|  INTERNES COMMUNICATIONS | Créer un plan de communication |   |   |   |
| Créer un emplacement de stockage partagé |   |   |   |
| Recueillir des commentaires |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| LANCEMENT EXTERNE | Compléter un plan de crise avant le lancement |   |   |   |
| Suivre le plan marketing |   |   |   |
| Informer les parties prenantes de tout problème |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| MÉTRIQUE | Surveiller les performances des canaux marketing |   |   |   |
| Déterminer le coût par acquisition par canal |   |   |   |
| Évaluer l'analyse du site Web et de la clientèle |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |
| COMMENTAIRES POST-LANCEMENT | Distribuer l'enquête client post-lancement |   |   |   |
| Complétez les entrevues gagnant/perdant |   |   |   |
| Organiser un examen post-lancement |   |   |   |
| Tâche 4 |   |   |   |
| Tâche 5 |   |   |   |

|  |
| --- |
| **DÉMENTI**Tous les articles, modèles ou informations fournis par Smartsheet sur le site Web sont fournis à titre de référence uniquement. Bien que nous nous efforcions de maintenir les informations à jour et correctes, nous ne faisons aucune déclaration ou garantie d'aucune sorte, expresse ou implicite, quant à l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité en ce qui concerne le site Web ou les informations, articles, modèles ou graphiques connexes contenus sur le site Web. Toute confiance que vous accordez à ces informations est donc strictement à vos propres risques. |