

FEUILLE DE ROUTE – LANCEMENT DE PRODUIT

Nom du produit : [_____]

Responsable du projet : [_____]

Période de lancement prévue : [_____]

1. Phase de planification stratégique

Objectif : Valider le potentiel du produit et définir le positionnement

- Analyse de marché et étude concurrentielle
- Définition du public cible et des segments prioritaires
- Analyse SWOT produit
- Détermination du positionnement et des messages clés
- Prévision des volumes de ventes
- Définition des objectifs financiers et logistiques

Responsable : Direction / marketing stratégique

Échéance : [Date]

2. Phase de développement / finalisation produit

Objectif : Préparer le produit pour la mise en marché

- Finalisation des spécifications techniques / packaging
- Dépôt de marque / protection de la propriété intellectuelle
- Tests qualité et conformité réglementaire (ex. : normes CH / UE)
- Préparation des manuels / fiches produit
- Constitution des stocks / production initiale

Responsable : Développement produit / R&D / logistique

Échéance : [Date]

3. Phase marketing & communication

Objectif : Créer la visibilité et l'adhésion au lancement

- Création de l'identité visuelle du produit
- Conception des outils promotionnels (site, fiches, vidéos, flyers)
- Définition du plan média / influence / presse
- Préparation des campagnes (emailing, social media, événements)
- Rédaction des messages et arguments de vente

Responsable : Marketing / communication

Échéance : [Date]

4. Phase commerciale & distribution

Objectif : Activer les circuits de vente et former les équipes

- Définition des canaux de distribution (vente directe, revendeurs, B2B)
- Élaboration des tarifs, conditions et marges commerciales
- Formation des équipes de vente / partenaires
- Mise en ligne sur les plateformes e-commerce (si applicable)
- Organisation des premiers rendez-vous / présentations

Responsable : Commercial / partenariats

Échéance : [Date]

5. Lancement opérationnel

Objectif : Assurer une mise sur le marché fluide et mesurée

- Coordination logistique et mise en rayon
- Lancement des campagnes de communication
- Actions promotionnelles de démarrage (offres, événements, presse)
- Suivi des premières ventes / retours clients
- Ajustements en temps réel (tarifs, stock, messages)

Responsable : Chef de projet lancement

Échéance : [Date de lancement]

6. Suivi post-lancement

Objectif : Analyser les résultats et pérenniser le produit

- Suivi des KPIs (ventes, visites, satisfaction)
- Bilan du lancement (écarts, performances, retours clients)
- Réunions d'évaluation avec chaque service impliqué
- Plan d'actions correctives ou d'optimisation
- Préparation de la phase 2 (nouvelles versions, élargissement du marché)

Responsable : Direction produit / analyse de performance

Échéance : [1 à 3 mois après lancement]

