

Les tests de produits

Les principales méthodes de tests pour le développement
des nouveaux produits et l'amélioration des produits
existants

CrM Produits

L'enjeu

Concevoir des tests de produits afin d'améliorer la qualité des produits existants et de développer de nouveaux produits.

Optimiser la prise de décision pour le maintien de la compétitivité, la réduction des coûts ...

Deux méthodes : l'action standard et le benchmarking.

Ce que vous apprendrez

- La construction d'un projet de test de produit : apprentissage du brief
- Les bases du raisonnement marketing sur les produits et choix du test le plus approprié
- Les méthodes et outils les plus utilisés
- L'exploitation, la synthèse et l'interprétation des résultats

Info+

- **Formateur** : Yves MARBEAU
- **Durée** : 2 jours
- **Dates** : Les 2 et 3 juin 2009
- **Prix** : 1 000 € HT

Programme

- Place des tests dans l'amélioration des produits et le développement des nouveaux produits
- Mise au point d'un projet de test de produit
- Différents paramètres définissant les formats de tests de produits
- Concepts statistiques essentiels
- Approfondissement de certaines approches courantes en tests de produits
- Les tests sensoriels
- Les principaux tests
- L'analyse et la présentation des résultats de tests