

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: 0478725264



Fonction de Product Marketing Manager pour éditeurs de logiciels ou SaaS

Atteindre le product/market fit le plus rapidement possible et faciliter la vente de vos offres

Le métier de Product Marketing Manager dans un contexte éditeur de logiciels ou SaaS a pour objectif de définir et de faire évoluer une offre afin d'arriver au product/market fit le plus rapidement possible et d'en faciliter la vente.

Il garantit l'alignement des processus importants d'un éditeur : Développement, marketing, vente et services. Pour cela, il doit comprendre ces processus et y contribuer.

Cette formation détaille les activités du "Product Marketing Manager" en s'appuyant sur de nombreux exemples et sur des exercices pratiques dans le contexte des participants

Durée: 21.00 heures (3.00 jours)

Avis clients 2022: Nouvelle formation ! en attente d'évaluations :)

Profils des stagiaires

- Toute personne ayant , ou s'appropriant à prendre une fonction de "Product Marketing Manager" chez un éditeur de logiciels ou un éditeur SaaS.

Prérequis

- Une expérience du secteur logiciel est nécessaire.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les tendances et évolutions du métier d'éditeurs de logiciels ou SaaS
- Définir les composantes et l'organisation de l'offre pour amener la valeur attendue par la cible et faciliter l'accès au marché
- Mettre en oeuvre les actions nécessaires pour parvenir au Product/Market fit
- Définir la proposition unique de valeur sur un marché
- Comprendre la dimension service du SaaS
- Comprendre le processus de vente d'une offre logicielle ou SaaS

Contenu de la formation

- Organisation et processus éditeurs de logiciels
 - Introduction : Le secteur de l'édition de logiciels
 - Missions du Product Marketing Manager chez un éditeur
 - Le positionnement d'un éditeur de logiciel ou SaaS
 - Activités clés d'un éditeur
 - Ressources clés d'un éditeur
- Définir la proposition de valeur

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023

- Evaluation du domaine d'activité stratégique. Diagnostic SWOT, Analyse interne et externe
- Les différents Business Model des éditeurs de logiciel : Licence, SaaS, PaaS, Plateforme
- Etude de marché Quantitative et Qualitative : - Compréhension des problématiques et enjeux de la cible - Attente et comportement d'achat de la cible - Maturité de la cible - Effort de changement perçu - Personas Marketing - Concurrence et offres de substitution
- Lean StratUp et Minimum Viable Product : - Objectifs - Méthode dans un contexte éditeur
- Expression de la proposition unique de valeur
- Use cases
- Exercice pratique : Identifier les éléments à prendre en compte pour définir la proposition de valeur sur l'un de vos marchés.
- Introduction à l'ingénierie logicielle
 - Architectures applicatives
 - API, Web services
 - DevOps
 - La qualité (tests, tests auto, tests de non rég, ...)
- Product marketing d'une offre logicielle ou SaaS
 - Mix marketing d'une offre logicielle ou application
 - Fonctionnalités et ergonomie de l'application
 - Données et services métiers
 - API's
 - Modèle de pricing et prix
 - Packaging de l'offre
 - Route To Market : - Stratégie de commercialisation - Stratégie "Product led" et "Sales led" - Partenariats commerciaux - Partenariats technologiques
 - Support et satisfaction clients
 - Intégration et accompagnement au changement
 - Processus de constitution de la Roadmap
 - Exercice pratique : Identifier les composantes d'une offre à partir de la proposition de valeur. Proposer un packaging et un modèle de pricing.
- Les services d'un éditeur de logiciels ou SaaS
 - Activités de relation clients
 - Rôle du Customer Success : - Objectifs - Processus Customer Success - Indicateurs et suivi de l'activité CS
 - Les services d'intégration ou d'onboarding
 - Les services métiers
- Processus de vente
 - La cycle de vente d'une offre logicielle ou SaaS
 - Rôle de la communication marketing dans la vente : Coopération marketing /commerce
 - Éléments clés pour obtenir un ROI de l'action marketing
 - Inbound vs Outbound marketing
 - Planning éditorial de contenus marketing
 - Marketing automation – Principes
 - Processus de vente
 - Outils d'aide à la vente
 - Indicateurs et mesure de l'action marketing et commerciale

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: anaissoragna@route2business.fr

Tel: 0478725264



Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Didier Fraisse - Dirigeant, Spécialiste en Stratégie et Business Model Editeurs

@ : didierfraisse@route2business.fr

Tél : 06 72 52 68 80

Anais Soragna

Responsable administratif / Référent handicap

@ : anaissoragna@route2business.fr

Tél : 04.78.72.52.64

Moyens pédagogiques et techniques

- Exemples éditeurs de logiciels
- Exercices pratiques sur le cas des entreprises participantes
- animateurs ayant une forte expérience des éditeurs de logiciels
- Salle de formation équipée ou salle de visioconférence

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Questionnaire en amont de la formation
- Tour de table des stagiaires
- Exercices pratiques
- Jeux de questions-réponses
- QCM de validation des acquis
- Questionnaire de satisfaction

Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :

Anais Soragna : @anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 20/01/2023