



COMMERCIALISATION

La commercialisation est sans doute l'enjeu majeur d'une entreprise. Sans client, elle aura très peu à faire malgré qu'elle soit dotée des derniers raffinements technologiques, qu'elle gère ses opérations avec les meilleures pratiques de productivité ou qu'elle a mise au point un produit avant-gardiste.



Dès les premières phases de l'innovation, de l'idéation à la conceptualisation, la voix du client se doit d'être présente. Le développement d'un nouveau produit s'arrime donc sur les besoins et les préoccupations des clients actuels et potentiels de l'organisation.

Selon K. Clancy et R. Shulman, les nouveaux produits échouent pour quatre raisons principales:

- Stratégie de positionnement faible 30%
- Produit qui n'est pas à la hauteur 30%
- Publicité mal conçue 20%
- Promotion ou Distribution inadéquate 20%

MISE EN MARCHÉ ET MARKETING

