

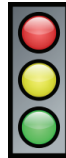
risque

Bas

1



2



3



4



5

Identification
des opportunités

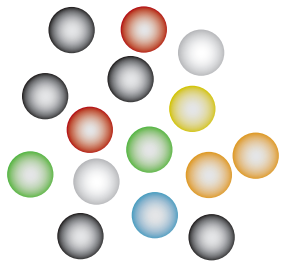
Génération
de concepts

Évaluation
de concepts

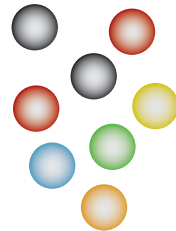
Développement

Lancement

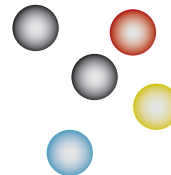
COMPRÉHENSION



RÉFLEXION



OBSERVATION



RÉALISATION



COMMERCIALISATION



Attractivité du marché
Faisabilité technique
Intensité de la concurrence
Marge de profit projetée
Menace de changement
Attributs uniques
Étude de marché secondaire
Statistiques
Web, journaux, livres
Guide du consommateur

Idéation
Analyse de la compétition
Évaluation technique
préliminaire
Plan d'affaires préliminaire
Proposition du produit
Définition de la technologie
Comprendre les besoins
du marché
Génération de concept
de produit
Étude de marché primaire

Visite de client
Questionnaire

Définir les attributs du produit
Valider le concept auprès
du client
Réalisation du plan d'affaires
Prévisions financières
Prévisions de vente
Capitaux requis
Plan de développement
Étude de marché primaire
Focus group
Test de concept

La R&D débute
Développement de
prototype
Tests et validation
Plan préliminaire de mise
en marché
Planification de la
production
Résolution des aspects
légaux
Plan d'affaires complet
Activités en parallèle et
non séquentielles

Exécution du plan de mise
en marché
Test de marché
Lancement progressif
Vente fictive
Test du plan de mise en
marché
Test de la campagne
marketing