



PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PRODUITS

FORMATION

Objectifs :

- ☞ Comprendre les méthodes de conception et d'industrialisation de produits.
- ☞ Optimiser l'interface technologies et marché.
- ☞ Situer les produits nouveaux dans la stratégie de développement.

Public & pré requis :

- ☞ Dirigeant de PME et du développement, responsables techniques R&D, Bureau d'étude, méthodes, Industrialisation, responsables commerciaux, marketing, produit ...
- ☞ Aucun pré-requis n'est nécessaire.

Durée :

- ☞ 2 jours, soit 14 heures

Moyens pédagogiques :

- ☞ Méthodes pédagogiques actives, s'appuyant sur l'alternance d'exposés théoriques, d'échanges d'expérience et d'étude de cas.
- ☞ Vidéo projection
- ☞ Documentation remise à chaque participant.

Modalités de validation :

- ☞ Attestation de compétences

PROGRAMME DE FORMATION

Compétitivité et produits nouveaux :

- 🌐 Importance stratégique des nouveaux produits, les enjeux.
- 🌐 Création de valeur, flexibilité, réactivité, réduction des coûts.
- 🌐 Les conditions d'une offre produit performante : différenciée et innovante.

Le processus de développement :

- 🌐 Présentation des phases de développement.
- 🌐 Les acteurs.
- 🌐 Les données d'entrée, de sortie à maîtriser
- 🌐 La formalisation du processus.

Les contrats d'entrée du processus :

- 🌐 Le profil et la qualité relative perçue visée.
- 🌐 La conception à Coût / Objectif.

Le management de projet :

- 🌐 Principe et acteurs.
- 🌐 Mode de fonctionnement.
- 🌐 Principaux outils de gestion.

Les outils et méthodes de conception :

- 🌐 Cahier des charges fonctionnel.
- 🌐 Analyse fonctionnelle et analyse de la valeur.
- 🌐 Spécifications techniques des produits.
- 🌐 Créativité et résolution de problème en conception.
- 🌐 Fiabilisation produit, AMDEC.

L'accélération du processus de développement :

- 🌐 Produits standardisés.
- 🌐 La numérisation et le prototypage rapide.