

LES ETAPES CLES D'UN DEVELOPPEMENT (COSMETIQUE)	
Le projet - L'idée	PRECONCEPTION
Analyse marché et concurrence, tendances et opportunités	
Le concept (recueil de données et recherches bibliographiques) - Réunions de créativité	
Rédaction et validation du concept - Evaluation du degré d'innovation et de complexité, certifications...	
Définition du produit (gamme), positionnement prix, PRI cible, marge brute...	
Rédaction du Business Plan (copy strategy, distribution, moyens moteurs, financements, ROI, trésorerie, aides et subventions...)	
Etablissement du retro-planning	
Rédaction d'un brief sous-traitants / ébauche du cahier des charges	
Recherche et dépôt de noms de marque et de domaine	CONCEPTION
Design & identité visuelle (brief avec benchmark)	
Identification des sous-traitants. Selon l'organisation et les ressources : <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Full service (développement ad hoc ou private label)</li> <li>&gt; Ingrédients, actifs spécifiques, parfum</li> <li>&gt; Formulation</li> <li>&gt; Packaging</li> <li>&gt; Fabrication</li> <li>&gt; Mise en conditionnement</li> <li>&gt; Tests, études, aspects réglementaires</li> </ul>	
Interrogation des sous-traitants : accords de confidentialité, faisabilité, contraintes techniques, propriété formules, coûts, délais...	
Gestion de projet (PERT)	
Contractualisation des relations avec les sous-traitants - Finalisation du cahier des charges - Contact certificateurs	
Formulation (premières soumissions sous +/- 3 semaines)	DEVELOPPEMENT & PRODUCTION
Sélection des articles de conditionnement	
Structuration du discours produit (gamme), niveau d'allégation et évaluation du risque réglementaire	
Rédaction des textes - Définition des versions linguistiques et traductions	
OK formule(s)	
Dossiers réglementaires (tests, formules INCI...)	
Tests de compatibilité packaging (contenant-contenu) - Commande des articles de conditionnement, plans de décor et de découpe	
Affinement des prix de revient et du mix produit	
Rédaction du brief agence de communication	
Sélection des prestataires (agence de communication, studio d'exécution, photographe, imprimeur...)	
Fabrication du lot pilote	
Impression des décors de conditionnement	
Tests complémentaires (tests d'usage, évaluation d'efficacité...)	
Définition du plan de communication et outils (RP, presse, plaquettes, leaflets, PLV, site Internet, aides à la vente, échantillons...)	
Fabrication vrac et contrôles - Conditionnement et contrôles - Libération de lot	
Sélection agence de Relations Presse (rédaction du dossier de presse, organisation conférence de presse...)	
Plan de lancement (communication, événementiel, salons, dossier formation force de vente et points de vente, motivation...)	
Transmission des dossiers produit aux autorités de contrôle et centre antipoison - Mise en place suivi cosmétovigilance	
Rédaction des outils commerciaux (argumentaire, objectifs de vente, tarifs, conditions générales de vente, contrats de distribution...)	COMMERCIALISATION
Appareillage logistique	
Ciblage clients, outils de suivi des réalisations commerciales	
Événement du lancement - Formation et motivation des équipes de vente	
Suivi satisfaction client et consommateur - Mise en place formation des points de vente et aide au sell out	
Veille technique, commerciale, Internet...	
Marketing relationnel (campagnes promotionnelles, campagnes de fidélisation...) - Animation de la force de vente	
Prospection export...	