

GreenToMarket n°3 - Mettre en œuvre son projet GreenToMarket®



Identifier, comprendre et prioriser les enjeux globaux et environnementaux auxquels l'entreprise doit faire face pour les années futures selon la méthode GreenToMarket

PRÉ-REQUIS

- Pas de pré-requis

NOMBRE MAXIMUM DE PARTICIPANTS

- 12 personnes

DURÉE

- 3h00 de formation

OBJECTIFS

- Constituer l'équipe projet adaptée, en faisant appel aux compétences externes
- Visualiser le processus afin de savoir procéder par itérations et compromis, afin de toujours choisir la solution la mieux adaptée à l'étape de développement en cours
- Utiliser les résultats des évaluations environnementales afin de faire évoluer le projet vers la solution finale
- Mettre en place le lancement du projet en intégrant la communication
- Associer les équipes GreenToMarket® pour performance

PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeants, direction marketing et communication, équipe marketing et communication, responsable QHSE / RSE / Environnement, directeur, responsable R&D, animateur réseaux d'entreprises, consultant, référent économie circulaire/éco-conception

MODALITÉ D'ÉVALUATION

- **Questionnaire de positionnement**, évaluation des attentes préformation.
- **Questionnaire d'évaluation** des compétences acquises par les participants, le jour de la session et en fin de formation.
- **Questionnaire de satisfaction**, évaluation du feedback des participants, envoyé après la formation.



Itinéraire Pédagogique

Partie 1 : Le processus GreenToMarket®

- GreenToMarket® en phase innovation et en phase projet

Le processus GreenToMarket®

- L'équipe Innovation et l'équipe projet GreenToMarket®

Les différentes possibilités de constitution de l'équipe

Le rôle du référent éco-conception

Partie 2 : Les différentes phases du projet GreenToMarket®

- Unité Fonctionnelle
- Comment se déroule le projet GreenToMarket® ?

Partie 3 : la finalisation du projet GreenToMarket® :

- La solution retenue

Comment sélectionner la solution la mieux adaptée pour l'entreprise ?

Partie 3 : Le projet GreenToMarket® :

- La phase de lancement et la communication environnementale
- Préparer le lancement en collaboration avec l'équipe commerciale
- Préparer la communication environnementale adaptée

Les bons réflexes en matière de communication responsable et durable

- Synthèse du processus

Vision complète de la méthode. Interactions entre les étapes et itérations

Partie 4 : Évaluation des acquis

