

# Savoir réaliser son étude de marché

2 j (14 heures)

Ref : MKEM

## Public

Créateurs d'entreprise, responsables commerciaux, chefs de produits

## Pré-requis

Aucun

## Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue  
Questionnaire préalable de positionnement  
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif  
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

## Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur  
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires  
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage  
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires  
Attestation de fin de formation

Vous avez un projet de création ? Vous souhaitez lancer une nouvelle activité, un nouveau service ou produit ? Afin de vous garantir toutes les chances de succès, il convient de réaliser une étude de marché. Elle servira à savoir si votre idée peut être concrétisée et de quelle manière en fonction de quels ajustements.

Cette formation vous donnera toutes les notions nécessaires à connaître, la méthode pour bâtir votre plan et les outils d'investigations pour collecter et analyser les informations. Vous saurez alors réaliser une étude de marché, quel qu'en soit le sujet

## Objectifs

- Comprendre les enjeux de l'étude de marché
- Maîtriser le recueil et l'analyse des besoins
- Mettre en oeuvre et exploiter une étude fiable
- Faire le point sur les différents types d'études de marché et leurs spécificités

## Programme détaillé

## **L'ANALYSE DE LA PROBLEMATIQUE**

---

## **LES ASPECTS DU MARCHÉ : LE PESTEL**

---

## **LE DIAGNOSTIC DES FORCES ET FAIBLESSES : LA MATRICE SWOT**

---

## **LA COLLECTE DES INFORMATIONS PRIMAIRES ET SECONDAIRES**

---

## **LES ETUDES QUANTITATIVES ET QUALITATIVES**

---

Segmentation

Usages et méthodologie

Le calcul de l'échantillon

Les sources d'informations

L'élaboration du questionnaire

Le traitement et l'analyse des données

## **LA REDACTION DU RAPPORT D'ETUDE**

---

---