

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
