

## Positionner son entreprise avec une étude de marché efficace

Accessible aux personnes en situation de handicap



### OBJECTIFS DE FORMATION ET PÉDAGOGIQUES

- ✓ Comprendre la méthode d'étude de marché
- ✓ Analyser votre marché visé sa composition, ses opportunités
- ✓ Savoir analyser la future demande et la comparer avec votre cliente actuelle
- ✓ Comprendre les nouveaux enjeux, besoins, opportunités la demande (votre cible)
- ✓ Savoir analyser votre concurrence actuelle et future compte tenu de vos nouveaux objectifs



### DURÉE

14h : 2 journées x 7h de formation



### LIEU

Présentiel ou visio



### NOMBRE DE STAGIAIRES

Distanciel : 3 stagiaires minimum

Présentiel : 5 stagiaires minimum

Premium : individuel



### TARIF TTC GLOBAL

Distanciel : 980€ TTC/pers

Présentiel : 1290€ TTC/pers

Premium distanciel : 1900€ TTC/pers

Premium présentiel : 2200€ TTC/pers

### PUBLIC VISÉ

Porteurs de projet,  
créateurs d'entreprise,  
dirigeants d'entreprise

### DÉLAIS D'ACCÈS

Nos formations sont sur mesure  
et les dates et horaires adaptés  
aux besoins

### PRÉREQUIS NÉCESSAIRES POUR SUIVRE L'ACTION DE FORMATION

Aucun prérequis

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT MIS EN ŒUVRE

Alternance de séquences  
théoriques, questionnement,  
exercices. Contextualisation  
des concepts par des exercices  
se rapportant directement  
à des cas pratiques.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ Au démarrage :  
questionnaire d'évaluation,  
entretien
- ✓ En cours de formation :  
quizz, auto-évaluations,  
exercices pratique et correction  
groupée ou individuel
- ✓ Fin de formation : bilan,  
tour de table et attestation  
de fin de formation

## Positionner son entreprise avec une étude de marché efficace



### CONTENU PÉDAGOGIQUE – PROGRAMME DE LA FORMATION COMPLET

#### MODULE 1 « COMPRENDRE SON MARCHÉ »

- ✓ Évolution et chiffres clés du marché visé
- ✓ L'analyse de l'environnement : Matrice PESTEL
- ✓ Définir les sources d'informations de l'étude
- ✓ La concurrence : Zoom sur les cinq forces de Porter
- ✓ Évaluer son entreprise vis-à-vis du marché visé : La matrice SWOT

#### MODULE 2 « CAP SUR LE TERRAIN : ANALYSE QUANTITATIVE »

- ✓ Identifier sa cible : L'enquête quantitative
- ✓ Réaliser le bon échantillonnage
- ✓ Élaborer son questionnaire en ligne
- ✓ Analyse des résultats : Tris à plats, tris croisés
- ✓ Segmenter son marché pour mieux l'aborder

#### MODULE 3 « CAP SUR LE TERRAIN : ANALYSE QUALITATIVE »

- ✓ Comprendre sa cible : L'étude de marché qualitative
- ✓ L'entretien individuel : Réaliser une trame d'entretien
- ✓ Analyser les résultats : Évaluation et exploitation des réponses
- ✓ L'entretien de groupe : Intérêt et méthode
- ✓ Méthode d'élaboration des scénarios de fin d'étude de marché