

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