
Programme de Formation

Etude de marché : outils pour orienter votre stratégie marketing

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Présentiel

Contenu pédagogique



Public visé

Professionnels du marketing, du développement commercial ou de la veille stratégique souhaitant piloter ou analyser une étude de marché.



Objectifs pédagogiques

- Élaborer un cahier des charges structuré en fonction du type d'étude requis.
- Identifier, organiser et exploiter des sources de données documentaires fiables.
- Concevoir et mettre en œuvre des études qualitatives et quantitatives adaptées aux enjeux marketing.
- Construire des dispositifs d'enquête pour mesurer la satisfaction client ou tester une offre.



Description

Jour 1

Matin : Identifier les besoins et structurer la démarche d'étude

Positionner l'étude dans un contexte marketing : objectifs, enjeux, résultats attendus.

Décliner les objectifs stratégiques en axes d'analyse opérationnels.

Choisir le type d'étude : exploratoire, documentaire, barométrique, etc.

Construire un cahier des charges clair, adapté aux contraintes budgétaires et temporelles.

Atelier pratique : rédaction et présentation d'un brief d'étude.

Après-midi : Exploiter la veille stratégique et les données secondaires

Mettre en œuvre une stratégie de recherche documentaire efficace.

Cartographier les sources internes et externes (bases de données, observatoires, concurrents...).

Utiliser des outils numériques pour la collecte, l'analyse et la restitution d'informations.

Déterminer les formats de livrables selon les objectifs de restitution.

Exercice : élaboration d'un référentiel de veille sur un marché donné.

Jour 2

Matin : Conduire une étude qualitative pertinente

Explorer les techniques : entretiens individuels, focus group, techniques projectives...

Élaborer des guides d'entretien fonctionnels.

Respecter les bonnes pratiques d'animation et de recueil de données.

Analyser et structurer les résultats issus des méthodes qualitatives.

Cas pratique : choix de la méthodologie la plus adaptée à une problématique marketing.

Après-midi : Concevoir une étude quantitative et exploiter les résultats

Choisir les canaux de diffusion (questionnaire en ligne, téléphone, terrain...).

Rédiger un questionnaire structuré et neutre.

Maîtriser les bases des traitements statistiques (tris, croisements, segmentation...).

Valoriser les résultats à l'aide de supports visuels : datavisualisation, infographies.

Atelier pratique : création d'un questionnaire et simulation de restitution des résultats.



Prérequis

Première expérience en marketing ou implication dans des décisions commerciales ou stratégiques.



Modalités pédagogiques

- Notre approche pédagogique repose sur une alternance entre apports théoriques opérationnels et mises en pratique directement issues du contexte professionnel des participants.
- Chaque thème traité s'appuie sur des études de cas concrets et des exercices pratiques, conçus spécifiquement à partir des situations réelles rencontrées dans l'environnement professionnel des stagiaires.
- Nos méthodes favorisent l'adaptation aux besoins de chaque participant afin d'optimiser leur engagement et leur apprentissage.
- L'animation privilégie une pédagogie active, favorisant les échanges, l'analyse réflexive des pratiques et une adaptation continue aux réalités professionnelles des participants.



Moyens et supports pédagogiques

- Des supports pédagogiques numériques adaptés au contexte professionnel sont remis aux participants.
- Dispositifs pédagogiques variés sont mobilisés tout au long de la formation (études de cas, exercices pratiques, travaux en sous-groupes, mises en situation, jeux pédagogiques) favorisant l'apprentissage actif, collaboratif et l'appropriation des contenus.



Modalités d'évaluation et de suivi

- Un QCM est réalisé en début et en fin de formation afin d'évaluer l'évolution des connaissances.
- Le suivi des stagiaires est assuré tout au long de la formation à travers des ateliers pratiques, des mises en situation et des échanges permettant d'évaluer leur participation et leur progression.

Une attestation individuelle de formation sera remise à chaque participant à l'issue de la formation.



Informations sur l'accessibilité

Si vous êtes en situation de handicap, ou si vous rencontrez une difficulté pouvant impacter votre participation à la formation, n'hésitez pas à nous contacter. Nous étudierons ensemble les aménagements ou adaptations pédagogiques, matérielles ou organisationnelles à mettre en place pour vous accompagner dans les meilleures conditions.