



# Etude de marché

Référence :  
**MKT.05**

Durée conseillée :

**2 jours**

Tarif en inter-entreprise :

**1290 € HT / personne**

Tarif en intra-entreprise :

**1495 € HT/ jour / groupe**

<https://www.cnfce.com/formation-etude-de-marche>

## Formation étude de marché : maîtriser la méthodologie d'une analyse marketing

Toute entreprise ayant des **objectifs marketing** et financiers à atteindre se doit de réaliser une étude de marché pour analyser et compiler des données (besoins, produits, marques etc.) pour tater le terrain propre à un marché. Mais **comment faire une étude marché** ? Et surtout, comment le faire bien pour rendre cette activité marketing efficace et utile ?

Cette **formation en étude de marché** de deux jours, en **inter/intra ou sur mesure** selon vos besoins, saura répondre à ces questions en vous offrant un panorama global des techniques à mettre en place pour comprendre les enjeux d'une étude de marché et les mener à bien, de manière quantitative et surtout qualitative.

### Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de l'étude de marché
- Maîtriser le recueil et l'analyse des besoins, mettre en oeuvre et exploiter une étude fiable
- Se perfectionner sur la méthodologie globale d'étude
- Faire le point sur les différents types d'études marché et leurs spécificités

### Programme

**Analyser les besoins dans le cadre d'une étude de marché**

- Diagnostiquer un besoin interne et rédiger un cahier des charges
- Faire appel, ou pas, à des prestataires ou des spécialistes
- Les différents types d'étude : ad hoc, souscription, panel, pré et post tests ?

## Faire le point sur les différentes études de marché : Les études documentaires

- Panorama des sources d'information : internes vs externes, primaires et secondaires
- Identifier les différentes méthodes de recherche sur le Web
- Les études génériques des cabinets conseils

## Faire le point sur les différentes études de marché : Les études qualitatives

- Panorama des méthodes de recueil de l'information
- Construction d'un guide d'entretien adéquat (articulation, codage, longueur)
- Internaliser ou externaliser : intérêt et limites

## Faire le point sur les différentes études de marché : Les études quantitatives

- Panorama des méthodes de recueil de l'information
- Construction d'un questionnaire adéquat (articulation, codage, longueur)
- Définir sa base de sondage, calculer la taille de l'échantillon
- Définir son plan de traitement
- Préparer le « terrain » et administrer ses questionnaires
- Dépouillement et statistiques, présentation des résultats et conclusions d'étude

## Faire le point sur les différentes études de marché : Les études spécifiques

- Baromètre qualité et satisfaction clientèle
- Point sur la méthode de **Target Costing** et analyse de la valeur

Programme daté du 31/03/2020



## Public & prérequis

Public cible

- Responsables marketing
- Commerciaux
- Chefs de produit
- Collaborateurs impliqués dans un projet d'étude de marché

## Pré-requis

**Aucun prérequis nécessaire pour suivre la formation étude de marché**



## Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Tests et autodiagnostic
- Etudes de cas
- Support de cours formation étude de marché

**Évaluation des acquis en fin de formation**



## Dates et lieux

Date de début	Date de fin	Lieu de formation
04-01-2021	05-01-2021	LYON
21-01-2021	22-01-2021	LILLE
16-02-2021	17-02-2021	PARIS
09-03-2021	10-03-2021	CLASSE VIRTUELLE
24-03-2021	25-03-2021	BORDEAUX
08-04-2021	09-04-2021	LILLE
11-05-2021	12-05-2021	BORDEAUX
27-05-2021	28-05-2021	CLASSE VIRTUELLE
21-06-2021	22-06-2021	LYON
30-06-2021	01-07-2021	PARIS
12-07-2021	13-07-2021	CLASSE VIRTUELLE
28-07-2021	29-07-2021	LYON
24-08-2021	25-08-2021	BORDEAUX

06-09-2021	07-09-2021	PARIS
16-09-2021	17-09-2021	LILLE
11-10-2021	12-10-2021	LYON
03-11-2021	04-11-2021	CLASSE VIRTUELLE
17-11-2021	18-11-2021	PARIS
07-12-2021	08-12-2021	BORDEAUX
21-12-2021	22-12-2021	LILLE

