

Objectifs :

- Connaître les différents types d'études de marché.
- Réaliser des études de marché.
- Exploiter les résultats dans un objectif de démarche marketing.

Public concerné et prérequis :

- Chef d'entreprise, responsable marketing, personne en charge du développement des ventes de l'entreprise.
- Avoir des notions en marketing.

Qualification des intervenants :

- Formateur diplômé d'enseignement supérieur dans le marketing stratégique, ayant une expérience significative dans le monde professionnel.

Moyens pédagogiques et techniques :

- Méthodes actives adaptées à la formation pour adultes,
- Salle de cours équipée en moyens multimédia,
- Supports pédagogiques.

Durée, effectifs :

- 21 heures, soit 3 jours.
- 6 stagiaires maximum en salle.

Programme :

- Pourquoi réaliser des études de marché ?
- Définir des objectifs d'étude,
- Choisir les méthodes d'étude,
- Réaliser des études qualitatives,
- Réaliser des études quantitatives,
- Utiliser des outils pour réaliser ses études,
- Analyser les résultats,
- Exploiter les résultats dans une démarche marketing.

Modalités d'évaluation des acquis :

- Test théorique par séquence pédagogique.

Sanction visée :

- Attestation de formation.