

Techniques d'études de marché

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : TEM - Prix 2024 : 1 530€ HT

Les techniques d'études de marché permettent d'orienter les décisions marketing et de réduire les prises de risque. Cette formation vous donnera les clés pour déterminer le type d'étude adaptée à vos besoins, la mettre en œuvre et en exploiter les résultats.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Rédiger son cahier des charges à partir des différentes études

Identifier les sources des études documentaires

Maîtriser les méthodologies des études qualitatives et quantitatives

Construire des études de satisfaction clientèle et tester des offres

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie active basée sur des apports théoriques, des échanges et des mises en situation.

TRAVAUX PRATIQUES

Etude de cas permettant aux stagiaires de s'approprier les différents aspects des études marketing.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 01/2018

1) Diagnostiquer un besoin d'études

- Situer l'étude dans la démarche marketing : contexte, enjeux et objectifs.
- Traduire les objectifs marketings en axes de recherche opérationnels.
- Connaître les différents types d'étude : documentaires, ad hoc, études en souscription...
- Identifier le mix méthodologique optimal sous contrainte de budget et de délais.
- Structurer son brief ou cahier des charges puis évaluer les offres reçues en retour.

Exercice : Rédaction et restitution d'un brief.

2) La veille et les études documentaires

- Connaître les différents types de recherches : tactique, on line, terrain, concurrence, signaux faibles, insights...
- Assurer la mise en place et le cadrage de la démarche de recherche.
- Sélectionner des sources pertinentes en interne et en externe.
- Utiliser des outils de facilitation pour la recherche, la collecte, l'analyse et la diffusion des contenus.
- Identifier les formats de restitution à privilégier.

Travaux pratiques : Mise en place d'un référentiel de sources d'informations.

3) Les études qualitatives

- Comprendre les concepts-clés : triade, focus group, bulletin boards, design thinking, sémiologie...
- Sélectionner les méthodologies de collecte de l'information.
- Elaborer un guide d'entretien et une trame d'animation fonctionnelle et adaptée.
- Adopter les bonnes règles d'animation.
- Analyser les résultats.

Jeu de rôle : Identification de la méthodologie d'étude adaptée à une problématique donnée.

PARTICIPANTS

Responsables marketing, responsables études, chefs de produits ou toutes personnes impliquées dans la mise en œuvre d'études de marché.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

4) Les études quantitatives

- Connaître les différents méthodologies de collecte d'information.
- Maîtriser les règles de construction d'une enquête.
- Elaborer un questionnaire.
- Choisir et cadrer ses traitements statistiques.
- Mettre en valeur les résultats : datavisualisation, infographie...

Etude de cas : Construction d'un questionnaire à partir d'une problématique donnée.

5) Les autres types d'études

- Gérer et faire évoluer ses outils d'enquêtes de satisfaction-fidélité.
- Traiter les spécificités : BtoB, sur événement, "à chaud"...
- Appréhender et mesurer sa notoriété et son image.
- Tester ses nouvelles offres de produits, services et solutions.

Travaux pratiques : Création ou optimisation de dispositifs d'études.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 15 juil., 21 oct.

PARIS

2024 : 08 juil., 14 oct.