

# ELABORER UNE ETUDE DE MARCHÉ



PRESENTIEL

<b>OBJECTIFS</b> > Concevoir un questionnaire adapté aux objectifs de recherche et aux interlocuteurs sollicités > Anticiper et optimiser l'exploitation des résultats obtenus	<b>DURÉE</b> 21 heures
<b>MODALITÉS D'ACCÈS À LA FORMATION</b> Entretien préalable + devis	<b>PUBLICS</b> Étudiant(e), Salarié(e), Demandeur d'emploi, Entrepreneur (se)
	<b>PRÉ-REQUIS</b> Aucun
	<b>ÉVALUATION</b> Formation basée sur l'apprentissage pratique Évaluation tout au long de la formation
	<b>VALIDATION</b> Attestation de formation

## CONTENU DE LA FORMATION

### PLANNING :

#### Formation en groupe :

- > Du 24.01 au 25.01.2022
- > Du 10.03 au 11.03.2022
- > Du 12.05 au 13.05.2022
- > Du 07.07 au 08.07.2022
- > Du 19.08 au 20.08.2022
- > Du 09.11 au 10.11.2022

**Formation individuel et / ou à distance :** Planning personnalisé sur devis

### TARIFS :

**Autofinancement :**  
adhésion\* + 157,50 €

**Prise en charge par un organisme** (AGEFIPH, CPF, Pôle emploi, entreprise, OPCO...) :  
315 €

**Formation en individuel:**  
630 €

\* Adhésion annuelle, acquittable une seule fois quelque soit le nombre de formations suivies

- **UNE ÉTUDE DE MARCHÉ, POURQUOI ?**
- **L'ÉTUDE DE MARCHÉ : QUAND LA FAIRE ?**
- **L'ÉTUDE DE MARCHÉ, COMMENT LA FAIRE ?**
- **OÙ TROUVER DES INFORMATIONS PERTINENTES ?**
- **RÉALISER UN QUESTIONNAIRE (ENQUÊTE QUANTITATIVE)**
  - Définir un échantillon de personnes à questionner.
  - Définir le type de questions à poser : questions fermées, ouvertes, ...
  - Structurer le questionnaire.
- **MENER DES ENTRETIENS (ENQUÊTE QUALITATIVE)**
  - Les techniques d'entretiens
  - Les techniques de groupe
- **ORGANISER ET TRAITER LES RÉSULTATS**
  - Présentation de quelques solutions de passation et administration des logiciels
  - Analyse les résultats : tris à plat, tris croisés, moyennes.
- **APPLICATION**
  - Études de cas et travaux pratiques

Contenu indicatif, adaptable en fonction de vos besoins