Techniques d'études de marché

-Réference: **MR-179** -Durée: **2 Jours (14 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Rédigez votre cahier des charges à partir des différentes études
- Déterminer les sources des analyses documentaires
- Maîtrise des méthodologies des études qualitatives et quantitatives
- Construire des études de satisfaction client et tester des offres

A qui s'adesse cette formation ?

POUR QUI :

- Responsables marketing, chefs de produits ou toute personne impliquée dans la mise en oeuvre d'études de marché.

Programme

- **Diagnostiquer un besoin d'études**
  - Situer l'étude dans la démarche marketing : enjeux et objectifs.
  - Identifier le contexte et les informations à collecter.
  - Savoir traduire les objectifs marketing en hypothèses.
  - Connaître les éléments constitutifs du marché.
  - Identifier le type d'étude le plus approprié.
  - Le panorama des différents types d'étude : documentaires, ad hoc, études en souscription.
  - Structurer son brief ou cahier des charges : contexte, objectifs, échantillon, méthodologie, contraintes, budget.
  - Travaux pratiques Etude de cas.
  - Exercice: de rédaction d'un brief et restitution aux participants.
- **Les études documentaires**

Programme

- Identifier les sources internes : retour des commerciaux, bases de données, écoute clients.
- Recenser les sources externes : les banques de données, la veille Internet, les études existantes.
- Travaux pratiques Astuces pour trouver des informations gratuites sur Internet.
- Retours d'expériences.

- **Les études qualitatives**
  - Maîtriser les concepts-clés d'une étude qualitative : triade, focus group, bulletin boards, observation.
  - Les types d'information à recueillir.
  - Les méthodologies de collecte de l'information.
  - L'élaboration du guide d'entretien.
  - L'analyse des résultats.
  - Etude de cas Sur la base d'un cahier des charges, identifier la meilleure méthodologie d'étude à mettre en oeuvre.
  - Défendre son choix auprès du client.

- **Les études quantitatives**
  - Les méthodologies de collecte d'information.
  - L'élaboration du questionnaire : la formulation et les types de questions, les échelles de réponse.
  - Maîtriser les règles de construction.
  - Le test et la validation du questionnaire.
  - Le codage et l'utilisation des statistiques.
  - L'échantillonnage : méthodes aléatoires et non aléatoires, strates et quotas, taille d'échantillon.
  - Les principales techniques de traitement des résultats : tris à plat, tableaux croisés.
  - L'exploitation et la restitution des résultats.
  - Exercice: Construction d'un questionnaire à partir d'une étude de cas.

- **Les autres types d'études**
  - Gérer et faire évoluer ses outils d'enquêtes de satisfaction-fidélité.
  - Traiter les spécificités : BtoB, sur évènement, "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.

(+212) 5 22 27 99 01

(+212) 6 60 10 42 56

Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7éme étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc