

Formation : INITIATION AUX ÉTUDES DE MARCHÉ

Public

Toute personne souhaitant s'initier aux études de marché et connaître les fondamentaux de cette pratique ou rafraîchir ses connaissances dans cette matière.

But

Acquérir le plus rapidement possible des connaissances générales solides en études de marché.

Objectifs

- Mieux comprendre ce qu'est une étude de marché et en quoi elle est utile à l'entreprise,
- Définir les différents types d'études de marché selon leurs objectifs spécifiques,
- Appréhender les étapes constitutives d'un projet d'étude,
- Distinguer les études qualitatives des études quantitatives pour donner la meilleure réponse possible au client.

Programme

- Les études marketing : qu'est-ce que c'est ?
 - Définir les études de marché
 - Spécifier leurs objectifs destinés à améliorer la rentabilité de l'entreprise
- L'élaboration du projet d'études
 - Comprendre le problème posé par le client
 - Rechercher les informations
 - Déterminer le cahier des charges
- Les techniques d'enquête : choisir la démarche la mieux adaptée au problème posé
 - Approche qualitative : les méthodes non directive, semi-directive et directive
 - Approche quantitative : l'échantillonnage, le questionnaire
 - Traiter les résultats

Durée de la formation : 2 jours

Tarif : Nous consulter

Formations complémentaires conseillées :

ÉTUDES QUALITATIVES // ÉTUDES QUANTITATIVES

Formation : LES ÉTUDES QUALITATIVES

Public

Chargés d'études, statisticiens, responsables des études.

But

Renforcer ses connaissances en études qualitatives en mêlant théorie et cas pratiques.

Objectifs

- Définir les différents types d'entretiens selon leurs spécificités,
- Mener une étude qualitative de la conception du guide d'entretien à l'analyse des données recueillies,
- Savoir traiter les résultats.

Programme

- La définition et les caractéristiques des études qualitatives
 - Méthodologie
 - Avantages
 - Inconvénients
- Le choix et la conduite de l'entretien
 - Savoir choisir entre entretien individuel et entretien de groupe
 - Savoir conduire l'entretien selon son type : entretiens directif, semi-directif et directif
- L'interprétation des résultats
 - Savoir analyser le contenu de l'entretien : analyses lexicale et thématique
 - Savoir codifier le discours : analyses verticale et horizontale
 - Être capable de croiser les différents résultats obtenus

Durée de la formation : 2,5 jours

Tarif : Nous consulter

Formation complémentaire conseillée :

ÉTUDES QUANTITATIVES

Formation : LES ÉTUDES QUANTITATIVES

Public

Chargés d'études, statisticiens, responsables des études.

But

Renforcer ses connaissances en études quantitatives en mêlant théorie et cas pratiques.

Objectifs

- Mener une étude quantitative de la détermination de l'échantillonnage à l'analyse des réponses obtenues,
- Savoir traiter les résultats.

Programme

- La définition et les caractéristiques des études quantitatives
 - Méthodologie
 - Avantages
 - Inconvénients
- La définition de l'échantillonnage
 - Échantillon probabiliste : méthodes aléatoire simple, stratifiée et par grappes
 - Échantillon empirique : méthodes des quotas, « boule de neige », de jugement et de convenance
- La conception du questionnaire
 - Savoir définir ses objectifs de questionnement
 - Savoir choisir entre questions ouvertes et fermées en fonction du type d'information recherché
 - Être en mesure de s'entourer d'enquêteurs fiables pour administrer le questionnaire
- L'interprétation des résultats
 - Vérifier la qualité et la validité des informations recueillies
 - Saisir les données sur des logiciels spécifiques
 - Être capable de croiser les différents tableaux obtenus

Durée de la formation : 2,5 jours

Tarif : Nous consulter

Formation complémentaire conseillée :

ÉTUDES QUALITATIVES