

Objectifs Pédagogiques



- ✓ Comprendre l'intérêt d'une étude de marché.
- ✓ Rechercher les informations liées au marché.
- ✓ Positionner sa stratégie commerciale en fonction de son marché.

Compétences Visées



- ✓ Savoir mener une étude de marché
- ✓ Savoir déterminer une stratégie commerciale cohérente avec son environnement local.

Évaluation & Suivi



- ✓ Feuille de présence, questionnaire de satisfaction, attestation de fin de formation.
- ✓ Test théorique par séquence pédagogique

Programme pédagogique

Qu'est-ce qu'une étude de marché ?

- Définition et utilité
- Recherche d'informations sur mon environnement (tendances, réglementation...)
- Analyse de l'offre et de la demande
 - Mes concurrents directs et indirects, mes partenaires : l'offre existante
 - Mes futurs clients, et étudier leurs habitudes, motivations, freins : la demande
- Identification et étude des fournisseurs
- Approche de la zone de chalandise / d'implantation

Conseils pour élaborer ma politique commerciale

- Le Mix Marketing : c'est quoi ?
- Formaliser son offre et ses tarifs
- Choisir ses modes de commercialisation
- Construire son plan et ses outils de communication

Assistance à la mise en application et à la rédaction de mes conclusions.



Durée et modalités

- Modalités : collectif et individuel pour la mise en pratique
- Durée : 1 journée en collectif, assortie de 2h en individuel



Outils et moyens pédagogiques

- Salle de formation équipée
- Formateur entrepreneuriat
- Boîte à outils, vidéos, support de formation



Public et prérequis

- Public de porteurs de projet entrepreneurial
- Accessible sans niveau spécifique