

Module 4 : Étude de marché approfondie

Maîtriser l'étude de marché stratégique pour valider son projet entrepreneurial

Durée et format

Présentiel ou classe à distance

2 jours (14 heures)

Tarifs

Prix indicatif inter-entreprises : 1 580 € HT

Prix intra-entreprise : sur devis

Option possible: séance de coaching individuel post-formation (150 € HT / séance)

Description

Ce module intensif forme les futurs entrepreneurs à la réalisation d'études de marché professionnelles et actionnables. Les participants maîtriseront les méthodologies d'analyse quantitative et qualitative, apprendront à utiliser les outils digitaux modernes incluant l'intelligence artificielle pour optimiser leur recherche, et développeront leur capacité à synthétiser des données complexes en recommandations stratégiques. À l'issue de cette formation, ils disposeront de toutes les compétences nécessaires pour évaluer précisément le potentiel de leur marché cible et prendre des décisions éclairées.

Public visé

Cette formation s'adresse aux entrepreneurs en phase de création ou de développement, porteurs de projets innovants, dirigeants de TPE/PME, responsables marketing et développement, ainsi qu'à toute personne souhaitant acquérir une méthodologie structurée pour analyser un marché et valider la pertinence d'un projet entrepreneurial.

Valeur ajoutée de cette formation

Cette formation permet aux participants de réaliser des études de marché de niveau professionnel, réduisant significativement les risques d'échec entrepreneurial par une meilleure connaissance du marché. Elle développe l'autonomie dans la collecte et l'analyse de données stratégiques, optimise les coûts en internalisant ces compétences critiques et améliore la qualité des décisions d'investissement et de positionnement commercial.

Adaptabilité sectorielle

Ce programme peut être personnalisé selon votre secteur d'activité (industrie, santé, finance, services, retail, etc.) et vos cas d'usage spécifiques.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Concevoir et déployer une méthodologie d'étude de marché adaptée à leur secteur d'activité.
 - Maîtriser les techniques d'enquête quantitative et qualitative pour collecter des données fiables.
 - Utiliser les outils digitaux et l'intelligence artificielle pour optimiser la recherche et l'analyse de données.
 - Analyser la concurrence de manière approfondie et identifier les opportunités de différenciation.
 - Synthétiser les résultats d'étude en recommandations stratégiques opérationnelles pour leur projet.
-

Pré-requis

Aucun pré-requis technique n'est exigé. Une motivation à développer son potentiel entrepreneurial et une ouverture d'esprit face aux défis constituent les seules conditions nécessaires.

Positionnement pédagogique initial

Avant la formation, un questionnaire d'auto-positionnement permet d'identifier les attentes des participants et d'adapter les contenus aux besoins exprimés.

Programme détaillé

1 – Fondamentaux et méthodologie de l'étude de marché (3h30)

Conception d'une méthodologie d'étude adaptée aux objectifs

- Définition des objectifs stratégiques de l'étude de marché et formulation des questions de recherche
- Identification des informations critiques à collecter selon la nature du projet entrepreneurial
- Construction d'un plan d'étude structuré et d'un calendrier d'exécution réaliste
- Élaboration d'une méthodologie sur mesure combinant approches qualitatives et quantitatives

Identification et exploitation des sources d'information

- Cartographie des sources de données primaires et secondaires pertinentes pour le projet
- Techniques d'exploitation des études sectorielles, rapports d'analystes et publications spécialisées
- Méthodes d'accès aux bases de données professionnelles et statistiques officielles
- Évaluation : Élaboration d'un plan d'étude de marché personnalisé pour le projet entrepreneurial de chaque participant

2 – Analyse de l'environnement macro-économique et sectoriel (3h30)

Maîtrise des outils d'analyse de l'environnement global

- Application des méthodes PESTEL et SWOT pour analyser l'environnement macro-économique
- Techniques d'identification des tendances de marché et des facteurs d'évolution sectoriels
- Analyse des contraintes réglementaires et de leur impact sur le projet entrepreneurial
- Méthodes d'évaluation de la taille et du potentiel d'un marché (TAM, SAM, SOM)

Analyse des dynamiques sectorielles et de la chaîne de valeur

- Cartographie des acteurs clés de la chaîne de valeur et de leurs interactions
- Techniques d'analyse des forces concurrentielles selon le modèle de Porter
- Méthodes d'identification des facteurs clés de succès dans un secteur d'activité
- Évaluation : Réalisation d'une analyse PESTEL et SWOT appliquée au projet entrepreneurial

3 – Étude approfondie de la concurrence et benchmarking (3h30)

Techniques d'analyse concurrentielle avancée

- Méthodologie de cartographie des concurrents directs, indirects et potentiels
- Techniques de collecte d'informations sur les stratégies et offres concurrentes
- Méthodes d'analyse comparative des positionnements, tarifications et propositions de valeur
- Élaboration de matrices de positionnement concurrentiel pour identifier les espaces stratégiques

Benchmarking stratégique et identification des meilleures pratiques

- Techniques de benchmarking pour identifier les modèles d'affaires performants
- Méthodes d'analyse des facteurs de réussite et d'échec des acteurs du marché
- Stratégies d'identification des opportunités de différenciation et d'innovation
- Évaluation : Construction d'une matrice de positionnement concurrentiel pour le projet entrepreneurial

4 – Analyse des comportements et attentes des clients (3h30)

Méthodologies de collecte de données clients

- Conception et réalisation d'enquêtes quantitatives : questionnaires, sondages, panels
- Techniques d'entretiens qualitatifs : entretiens individuels, focus groups, observations
- Méthodes d'échantillonnage et de validation statistique des résultats
- Stratégies de recrutement des participants et d'optimisation des taux de réponse

Analyse et interprétation des données clients

- Techniques d'analyse statistique des données quantitatives
- Méthodes d'analyse thématique des données qualitatives
- Élaboration de personas et de parcours clients basés sur les données collectées
- Évaluation : Conception d'un questionnaire d'étude et d'un guide d'entretien adaptés au projet entrepreneurial

5 – Intelligence artificielle au service de l'étude de marché (3h30)

Exploitation des outils IA pour la collecte et l'analyse de données

- Panorama des solutions d'IA dédiées à l'étude de marché et à l'analyse concurrentielle
- Techniques d'utilisation de l'IA pour l'analyse des tendances et la veille concurrentielle
- Méthodes d'exploitation des outils d'IA pour l'analyse des données non structurées (avis clients, réseaux sociaux)
- Stratégies d'automatisation de la collecte et du traitement des données de marché

Optimisation de l'étude de marché avec l'IA

- Utilisation des assistants IA pour la génération d'hypothèses et l'interprétation des données
- Techniques de prompt engineering pour obtenir des analyses pertinentes des données de marché
- Méthodes d'intégration de l'IA dans le processus décisionnel entrepreneurial
- Évaluation : Configuration d'un assistant IA personnalisé pour l'analyse de marché du projet entrepreneurial

6 – Élaboration du plan d'action stratégique (3h30)

Synthèse des insights et définition du positionnement

- Techniques de consolidation et d'interprétation des données collectées
- Méthodes d'identification des opportunités stratégiques et des risques potentiels
- Élaboration d'une proposition de valeur différenciante basée sur les insights de l'étude
- Définition d'un positionnement stratégique aligné avec les attentes du marché

Construction du plan d'action opérationnel

- Élaboration d'une stratégie marketing et commerciale basée sur les conclusions de l'étude
- Techniques de définition des objectifs SMART et des indicateurs de performance clés
- Méthodes de priorisation des actions et d'allocation optimale des ressources
- Évaluation : Élaboration d'un plan d'action stratégique basé sur les résultats de l'étude de marché

Méthodes pédagogiques et modalités d'animation

- Alternance d'apports théoriques, d'études de cas réels et d'ateliers pratiques.
- Travail sur les projets réels des participants avec feedback personnalisé.
- Démonstrations en temps réel des outils et technologies d'IA abordés.
- Échanges de pratiques entre participants et partage d'expériences sectorielles.
- Échanges de pratiques entre participants et partage d'expériences sectorielles.

Modalités d'évaluation des acquis

- Réalisation d'une mini-étude de marché complète avec présentation des résultats.
- Exercices pratiques de conception de questionnaires et d'analyse de données.
- Évaluation de la maîtrise des outils digitaux et d'IA par mise en situation.

Satisfaction et évaluation

L'acquisition des compétences est suivie tout au long de la formation grâce à des activités d'auto-évaluation et des observations menées par le formateur selon les modalités définies dans le dispositif pédagogique.

À l'issue de la formation, un questionnaire d'évaluation en ligne vous sera proposé afin de recueillir vos impressions sur la qualité de la session, votre niveau de satisfaction global et votre perception des compétences acquises par rapport aux objectifs annoncés.

Avec votre accord, ces retours (note globale et commentaires) pourront être diffusés via un organisme indépendant certifié. En complément, un suivi est réalisé environ deux mois après la formation pour mesurer l'impact des apprentissages en situation de travail et valider le transfert des acquis dans votre environnement professionnel.

Une attestation individuelle de formation ou un certificat de réalisation est remis à chaque participant, et un suivi des présences est assuré tout au long du parcours.

Dispositifs d'accessibilité et d'adaptation aux besoins spécifiques

Des mesures spécifiques peuvent être mises en place pour faciliter l'accès et la participation des personnes en situation de handicap ou présentant des besoins particuliers. Ces dispositifs sont adaptés sur demande, en concertation avec le participant et en fonction des possibilités d'aménagement.

Financement de la formation

La formation peut être financée dans le cadre du plan de développement des compétences de votre entreprise, dispositif qui regroupe les actions de formation décidées par l'employeur dans le cadre de la gestion des ressources humaines et du développement des compétences des salariés.

Depuis la loi du 5 septembre 2018 « pour la liberté de choisir son avenir professionnel », la notion d'action de formation inclut désormais différentes formes d'apprentissage : tutorat, accompagnement individuel (coaching, mentoring), formation en situation de travail (AFEST), modules en ligne (MOOC), etc. Tous les salariés peuvent bénéficier de ce dispositif, indépendamment de la nature ou de la durée de leur contrat.

Les opérateurs de compétences (OPCO) peuvent prendre en charge les frais pédagogiques, les coûts liés à la rémunération du salarié en formation, ainsi que certains frais annexes (transport, repas, hébergement). Pour toute précision sur la prise en charge, rapprochez-vous de votre service formation ou ressources humaines. Si vous ne connaissez pas votre OPCO de référence, vous pouvez l'identifier sur le site du ministère du travail en cliquant sur le [lien](#).

Contact

Email : contact@jumpco.fr

Formulaire en ligne: [lien](#)