

REALISER UNE ETUDE DE MARCHÉ

PARTICIPANTS

Nombre limité
de stagiaires

PREREQUIS

Avoir un projet de
création d'entreprise.

Disposer du matériel
adéquat pour les classes
virtuelles.

DUREE

3 jours soit 21 heures

TARIF

Par participant
800€ Net de taxe

SESSIONS

Présentiel et/ou classe
virtuelle

INTERVENANTS

Professionnels experts
dans leur domaine

MODALITES D'EVALUATION

Activités pédagogiques
actives : questionnaires,
cas pratiques, quizz, (...)

Attestation de fin de
Formation

Nos formations peuvent
être adaptées aux
personnes en situation
de handicap

CONTEXTE

Tout projet de création d'entreprise se doit de reposer sur la réalisation d'une étude de marché solide. Elle est un indispensable à la validation d'un projet et rassure, aussi bien le porteur de projet que ces éventuels partenaires financiers, de sa viabilité. Ainsi, l'étude de marché constitue un élément essentiel du Business Plan.

La formation « Réaliser une étude de marché » vous permettra en 3 jours de formation d'identifier clairement le marché de votre future activité et la faisabilité de votre projet.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquérir la méthodologie de réalisation d'une étude de marché appliquée à son projet et à son environnement
- Valider la faisabilité technique et commerciale de son projet

LES PLUS DE CETTE FORMATION

- Une formation sur-mesure, avec un contenu adapté à la demande et aux besoins à l'issue d'un entretien de diagnostic type rendez-vous découverte.
- 2 jours consécutifs de formation suivis d'un temps de travail personnel puis de 1 jour de formation
- Formation concrète et pratique illustrée par des cas pratiques et l'élaboration d'outils personnalisés

DEROULE

1. Identifier la place de l'étude de marché dans le processus de création d'entreprise

Comprendre pourquoi réaliser une étude de marché et son importance dans le processus de création d'entreprise

Connaître les objectifs : connaissance du marché en lui-même, des clients, des concurrents, évaluer son chiffre d'affaires prévisionnel

2. Comprendre la méthodologie de la réalisation d'une étude de marché

Détecter le dimensionnement de son marché : local, régional, national, international ; la recherche d'informations sur le marché dans son ensemble : le Web, la rencontre avec des experts ; l'enquête terrain ; la validation de son projet et son 1^{er} positionnement ; le calcul du chiffre d'affaires prévisionnel

3. Identifier les outils de recherche d'informations sur son Marché

Les principaux sites web d'information ; entretiens avec les acteurs et les experts cibles

4. Réaliser une approche terrain : le questionnaire d'enquête

Méthodologie ; étude de cas pratiques ; accompagnement à la réalisation du questionnaire du porteur du projet

5. Savoir analyser ses résultats

Consolider Les enseignements des résultats de son enquête terrain ; l'écoute client

6. Apprendre à évaluer son Chiffre d'Affaires prévisionnel

La méthode descendante ; la méthode ascendante

7. Conclusion

Préparation des outils personnalisés pour le porteur de projet

Validation des résultats reçus ; pistes d'amélioration sur l'étude elle-même ou sur le repositionnement du projet de création

NOUS CONTACTER

contact@wersus.fr

01 82 02 29 89

www.wersus.fr