PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · MARKETING STRATÉGIQUE

En présentiel à Marseille

Mener une étude de marché

Réf MM-PROG-MKG-1-004-35H · v1.0 · Novembre 2026

35h	5 jours	6	2 975 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Conception et pilotage d'une étude de marché en interne ou avec un prestataire.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Cadrer une problématique d'étude de marché et formuler les questions de recherche
2. Choisir la méthodologie adaptée (qualitative, quantitative, exploratoire, mixte)
3. Construire les outils de collecte (guide d'entretien, questionnaire)
4. Analyser et synthétiser les données collectées
5. Restituer une étude de marché actionnable pour la prise de décision

POUR QUI

Dirigeants, responsables marketing, chefs de produit, chargés d'études. Intermédiaire en marketing.

AVANT DE COMMENCER

Notions de marketing et bases statistiques

Poste de travail avec accès à internet. Outils gratuits (Google Forms, Tally) ou payants selon le projet

Disposer d'un sujet d'étude réel à mener pendant la formation étude de marché

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Cadrer une étude de marché · Sources secondaires et desk research

Définition des objectifs et de la décision à éclairer · Sources statistiques

MODULES 3 ET 4

Études qualitatives · Études quantitatives

Construction du guide d'entretien · Construction du questionnaire (types de questions, biais cognitifs, échelles de Likert)

MODULES 5 ET 6

Restituer une étude de marché · Cas pratique d'étude de marché

Structuration du livrable d'étude de marché · Application complète sur le sujet d'étude apporté par l'apprenant

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports
- Études de cas
- Ateliers individuels
- Exercices pratiques

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 4H

Cadrer une étude de marché

Définition des objectifs et de la décision à éclairer · Triangulation offre / demande / environnement · Choix entre étude desk, qualitative, quantitative ou mixte · Brief d'étude et ROI attendu · Études agiles, communautés, social listening continu

MODULE 2 · 3H

Sources secondaires et desk research

Sources statistiques · Études sectorielles payantes · Veille concurrentielle structurée · IA générative pour la recherche documentaire · Construction d'une fiche d'analyse sectorielle

MODULE 3 · 9H

Études qualitatives

Construction du guide d'entretien · Recrutement et conduite d'entretiens individuels semi-directifs · Tables rondes : animation, dynamique de groupe, exploitation · Ethnographie et observation participante · Analyse de contenu et codification · Transcription IA et analyse qualitative assistée

MODULE 4 · 9H

Études quantitatives

Construction du questionnaire (types de questions, biais cognitifs, échelles de Likert) · Échantillonnage : taille, représentativité, méthodes · Outils de collecte · Analyse statistique descriptive (tris à plat, tris croisés) · Analyse statistique inférentielle (tests, corrélations, régressions) · Panels et données synthétiques

MODULE 5 · 5H

Restituer une étude de marché

Structuration du livrable d'étude de marché · Synthèse exécutive et recommandations actionnables · De la donnée à la décision

MODULE 6 · 5H

Cas pratique d'étude de marché

Application complète sur le sujet d'étude apporté par l'apprenant

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final d'étude de marché complète restituée · Livrable : étude de marché complète (cadrage, méthodologie, collecte, analyse, restitution)

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

2 975 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44