

Etude de marché

> Par Cindy Monneron Bertschy

L'étude de marché est un ensemble de méthodes rigoureuses, générales, scientifiques, reconnues ; qui permettent de saisir, de rendre disponible, de traiter, d'élaborer des données sur le marché et son environnement (motivation des gens, tendances, style de vie, ...) dans le but qu'elles servent de base d'information, en les mettant à disposition des services marketing, pour des analyses et des décisions en marketing.

Une entreprise qui veut effectuer une étude de marché fiable et utile doit s'appuyer sur une méthode scientifique (observation, formulation d'hypothèses, prévision et test), faire appel à la créativité, adopter une approche pluri-méthodes, aboutir à un modèle d'analyse et respecter l'éthique. Ainsi, après avoir analysé toutes les données récoltées dans de bonnes conditions, le responsable marketing aura, dès lors, une connaissance éclairée de la situation du marché, et sera à même de prendre les bonnes décisions.

Cours 1 :

- > La demande
- > Composant du plan marketing
- > Recherche marketing et veille marketing
- > Formes d'études de marché
- > Processus d'études de marché

Cours 2 :

- > Construction du questionnaire
- > Notions statistiques d'univers
- > Techniques d'échantillonnage
- > Modes d'administration
- > Méthodes d'enquêtes
- > Récolte des données
- > Analyse des résultats

Cours 3 :

- > Interprétation des résultats
- > Présentation des données
- > Tests de signification et calculs d'erreurs
- > Problèmes rencontrés
- > Mise en œuvre de l'étude de marché
- > Méthodes de prévision du marché

Ainsi qu'exercices, exemples, mises en situation, travaux de groupe et cas d'actualité pour rendre cette matière vivante... déjà que passionnante !