

## RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

Comprendre l'environnement dans lequel va s'implanter l'entreprise, que ce soit l'environnement proche, ou plus large.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Savoir collecter les informations essentielles concernant le macro et le micro environnement  
Savoir réaliser une analyse concurrentielle  
Savoir tirer des axes stratégiques de l'analyse

### PROGRAMME

#### **Observer le marché au sens large**

Collecter les données sur les facteurs du macro environnement impactant l'entreprise  
Identifier les facteurs du micro environnement impactant l'entreprise

#### **Identifier sa concurrence**

Identifier sa concurrence directe et indirecte  
Comprendre leur positionnement  
Les évaluer entre eux grâce à des outils visuels

#### **Définir les premiers axes stratégiques**

Analyser les données du marché  
Mettre en place un plan stratégique pour définir son business plan

### DURÉE

14h

### TARIF

sur mesure

### PRÉREQUIS

Aucun

### PROFIL DU STAGIAIRE

Chefs d'entreprise et indépendants, créateurs d'entreprise

### DÉLAI

De 2 à 4 semaines

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formateur expert de la thématique  
Présentation théorique  
Mise en application sous forme d'exercices adaptés à l'entreprise

### EVALUATION

Feuilles de présence  
Dossier écrit mettant en évidence les différents éléments pour analyser le marché et en extraire des recommandations  
Certificat de fin de formation