

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