



## Sylvie PAGE

Consultante en Entrepreneuriat Communication & Marketing

T : 06 71 53 66 53 - M : sylviepage41@outlook.fr

### MODALITE/LIEU

Formation en présentiel inter ou intra entreprise

### DUREE : 21H00

3 journées

### HORAIRES

Horaires et dates proposées dans la convention de formation suivant les besoins et disponibilités des participants

### PUBLIC

Tout public créateur d'entreprise  
Chef d'entreprise  
Salarié  
Demandeur d'emploi

### PREREQUIS

Aucun

### PREREQUIS TECHNIQUES

Aucun

### NB DE PARTICIPANTS

INTER : mini 1 – maxi 4

INTRA : mini 1 – maxi 12

### PUBLIC EN SITUATION D'HANDICAP

Contactez notre référent Handicap  
Sylvie Page 0671536653 ou  
sylviepage41@outlook.fr

### TARIF

Sur devis détaillé dans la convention de formation

## RÉALISER SON ÉTUDE DE MARCHÉ

### OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation le/la participant(e) sera capable de :

- Appréhender les grandes tendances et les acteurs de votre marché, et vérifier l'opportunité de vous lancer
- Créer une veille sectorielle et concurrentielle relative à votre secteur d'activité
- Mener votre enquête terrain pour mettre en place votre étude de marché local
- Mesurer tout le potentiel et calculer votre chiffre d'affaires prévisionnel sur les 3 premières années

### PROFIL FORMATRICE

Consultante Formatrice spécialisée en Création d'entreprise Marketing Vente Gestion et Communication

15 ans d'expérience dans la formation et le suivi des Très Petites Entreprises et des micro-entreprises (Artisanat Commerce Profession Libérale)

### ATTEINTE DES OBJECTIFS ET EVALUATIONS

Mise en œuvre d'exercices pratiques, études de cas, et quizz à la fin de la formation permettant l'**évaluation des acquis** et l'atteinte des objectifs visés.

**Evaluation qualitative de la formation** : évaluation orale à travers un tour de table de clôture de l'ensemble des participant(e)s. **Evaluation individuelle sous format dématérialisé** faisant l'objet d'une étude.

Remise en fin de formation d'une **attestation de fin de formation** précisant le niveau d'acquisition des compétences et des connaissances en cohérence avec les objectifs visés ainsi qu'un **certificat de réalisation**.

### MOYENS TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELS

**Partie théorique** sur support diaporama proposée en diffusion, paperboard et tableau blanc. **Partie pratique en individuel et/ou collectif** : exercices pratiques d'auto-diagnostic, boîte à outils. **Suivi de la participation** par signature de la feuille de présence par séquence.

## INFORMATIONS :

Possibilité d'ajouter plusieurs journées supplémentaires pour la construction du business model et rédaction du business plan

## JOUR 1

## JOUR 2

## JOUR 3

## SUITE DE LA FORMATION :

Possibilité de poursuivre la formation avec ELABORER SA STRATEGIE COMMERCIALE

Fiche CREATION-EM  
V1 PRES – 02.12.20

## SUPPORTS REMIS AUX PARTICIPANTS

**Support de formation** reprenant les éléments essentiels de la formation et **boîte à outils** (fiches techniques avec exemples concrets et matrices PESTEL/SWOT/pyramide des besoins) remis de façon dématérialisée.

## CONTENUS

- La définition et les finalités d'une étude de marché
  - Les questions à se poser pour une étude de marché réussie
  - La **structure de l'étude de marché** dans le processus de création ou de reprise d'entreprise
  - Les 4 objectifs à valider
  - L'**étude de marché macro-économie** : chiffres clés, demande actuelle, tendances de consommation, propositions de valeur, facteurs-clés du succès, réglementations...
  - La réalisation d'une **étude documentaire**
- 
- L'**étude de marché micro-économie** : définition du marché local, zone de chalandise à déterminer, étude de la clientèle locale, questionnaires d'enquêtes « terrain »
- 
- L'étude de marché micro-économique : résultats des questionnaires d'enquêtes à valoriser, étude de la concurrence directe et indirecte
  - La conclusion de l'étude de marché du projet avec la **matrice SWOT**
  - Le **calcul du chiffre d'affaires prévisionnel** sur 3 ans