



Plan de formation aux études marketing

Olivier ADDA, 2025

pour



**Institut du
COMMERCE**
PARTAGE & PROSPECTIVE

Plan de formation aux études marketing

- **Introduction aux études : les grands chiffres du secteur**

- **Présentation générale des études :**
 - Définition des études Quali et verbes associés
 - Idem pour les études Quanti
 - Idem pour les Desk research
 - (Option) idem pour les panels

- **Quelles techniques d'étude choisir pour quels sujets ?**
 - Quand choisir chacune des techniques
 - *1^{er} atelier de travail en binômes / trinômes*



Plan de formation aux études marketing

■ Les techniques d'études qualitatives

- Les entretiens individuels
- Les réunions de consommateurs
- Les blogs et les forums
- Le social média listening
- L'IA dans les études Quali
- Les techniques de recherches créatives
- Le rapport final : que doit contenir un bon rapport ?
- Quizz : quelle technique pour quels contextes ?
- *2^{ème} atelier créatif en binômes / trinômes*



Plan de formation aux études marketing

■ Les techniques d'études quantitatives

- Les échantillons : taille, structure, intervalle de confiance, mode de construction
- Le questionnaire : bonnes pratiques, types de questions
- Monadique pur, séquentiel, plan d'expérience
- Les modes d'administration : téléphone, face à face, internet...
- Les étapes qui suivent le terrain
- L'analyse des résultats : tris à plat croisés, analyses multivariées, modélisation
- Le rapport final : que doit contenir un bon rapport ?
- L'IA dans les études Quanti
- 3^{ème} atelier en binômes / trinômes



Plan de formation aux études marketing

- **Les bonnes pratiques en matière d'études marketing**
 - Les questions à se poser avant de lancer un projet
 - Que doit contenir un cahier des charges ?
 - Que doit contenir un projet d'étude ?
 - Comment ne pas se tromper dans le choix lors d'un appel d'offre ?
 - Conduire une étude marketing de bout en bout ?
Comment sécuriser votre projet du début à la fin ?
 - *4^{ème} atelier en binômes / trinômes*



Plan de formation aux études marketing

- **Les différents sujets d'études marketing**
 - Les 2 grands pôles d'études : *Tests VS Knowledge*
 - Pour quelques grands sujets d'études : *screening concepts, test concepts, test pack, test publicitaire, Trade off, Shopper, U&A, Brand monitoring, Fond de marque...*
 - Contexte de réalisation
 - Objectifs
 - Méthodologie
 - Prix
 - Délai
 - Livrable



Déroulement

- Animation par Olivier ADDA
- Formation pour 12 personnes
- Profils : équipes marketing, junior +, confirmées et senior
- Salle de 20 personnes ou plus pour travail en sous-groupes distants
- Paper board, vidéoprojecteur ou TV
- Alternance d'enseignements, d'échanges, de Q&R, de Quizz et d'atelier d'appropriation
- Durée 48h
- Planification 30 jours avant la formation



Budget

- Déroulement sur 1 jour ½ (12 personnes)
 - > 2,200 €HT
- Déroulement sur 2 jours (12 personnes)
 - > 2,700 €HT





Olivier Adda, AMKC



33 (0) 6 19 20 48 90



olivier.adda@akmc.fr



<https://amkc.fr/>

Je vous remercie

