

ATTESTATION DESCRIPTIVE DE FORMATION

Le soussigné agissant en qualité de Directeur de CAC FORMATION sis Porte de France au 25 rue de Lausanne à Strasbourg 67000 enregistré comme dispensateur de formation sous le n° 42 67 02420 67 auprès de la préfecture de la région Alsace, atteste par la présente que :

Titulaire de la présente attestation : Monsieur TREU-MULLER Julien

A suivi l'ensemble du cursus de formation : Création d'entreprise - Module Etude de Marché

Objectifs de la formation : L'étude de marché : définition, analyse du marché, de la demande, de l'offre, de l'environnement. Le mix marketing, définir son offre, les modes de distribution. Comment se faire connaître, définir une stratégie

Contenu de la formation : La trousse à outils de l'étude de marché : Evaluation de son système d'information marketing. Les études documentaires pour la recherche d'informations générales et précises sur le marché - Les questionnaires (enquêtes terrain avec questionnaire sur mesure, obtenir des entretiens avec des professionnels) - Analyse du marché et de son environnement - Evaluer ses fournisseurs. Analyse critiques du système des franchises. Exploitation des données recueillies

Modalités de la formation :

- Méthode : interactive par travail de groupes, exposés de l'intervenant, mises en situation professionnelle, jeu de rôle.
- Outils : supports individuels d'exercices, grilles d'analyse

Dates de la formation : du 18 au 25 novembre 2015

Durée de la formation : 40 / 40 heures

Attestation délivrée pour servir et faire valoir ce que de droit.

Fait à Strasbourg, le 25 novembre 2015

Luigi Cappiello
Directeur



Le contenu de cette attestation est conforme au protocole d'accord conclu avec la délégation à la formation professionnelle

-> envoi mail de l'invitation
(Rachel D.)

-> élément du projet.

Amener un CU
4h00 - 17h00 ?



pôle emploi
POLE EMPLOI PONT MATTHIS
Pôle Création d'Entreprise

2015

MODULE DE FORMATION POUR CREATEURS D'ENTREPRISE

« REALISER SON ETUDE DE MARCHÉ »

Définition, analyse du marché, de la demande, de l'offre, de l'environnement. Le mix marketing, définir son offre, les modes de distribution. Comment se faire connaître, définir une stratégie.

- **La trousse à outils de l'étude de marché** : Evaluation de son système d'information marketing. Attitude de veille marketing. Les enquêtes et les questionnaires. Savoir analyser son marché et son environnement. Déterminer la demande globale (volume, valeur), élaborer une segmentation du marché par type de produits, de clientèle, repérer l'organisation de la distribution, comprendre les évolutions du marché (risques et opportunités). Analyse de l'offre, connaître les concurrents, estimer leurs forces/faiblesses, analyser leur positionnement, évaluer l'évolution de l'offre, évaluer les fournisseurs.
- **L'enquête et le questionnaire** : définir la forme d'enquête. Les méthodes d'échantillonnage, la zone de chalandise, la méthode des quotas, s'appuyer sur des statistiques existantes, le questionnaire, les types de questions, l'administration et le traitement du questionnaire.
- **Individualisation du plan d'action** : mesurer l'adéquation offre/demande, rechercher une différenciation (évolution des produits ou services, amélioration de la qualité, diminution du prix de revient...), le positionnement marketing : produits/services - prix - distribution - communication), structuration de l'étude de marché
- **Elaboration du plan de marchéage** : le Projet est-il viable ? Quels produits/services souhaitez vos clients ? A quel prix ? Comment se démarquer des concurrents ? Comment sera-t-il financé ?

Organisme de formation	CAC 25, rue de Lausanne 67000 STRASBOURG
Date de formation Information collective	18 au 25 novembre 2015) => 8 h 30 / 12 h - 13 h 30 / 17 h 9 novembre 2015 à 8h30
Durée	40 heures
Financement	Pôle Emploi
Indemnisation	Allocation de retour à l'emploi/formation (AREF) ou Rémunération Formation Pôle Emploi (RFPE)