Etudes Marketing

Réussir ses études quantitatives - Niveau initiation

3 jours (21h00) | 4,6/5 | MKT-C19QUANTI | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 995 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Acquérir les notions de base : des méthodes de collecte, de contact, d'échantillonnage, du questionnaire et des statistiques.
- Traiter les données.
- Exploiter les résultats.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Aucun

Public concerné

Chargés d'études juniors.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.
- À quoi servent les études marketing ?

Identifier la place des études quantitatives

- Les applications des études quantitatives.
- Les différents types d'études quantitatives : sondages, panels, baromètres, tests de marché.
- Identifier les usages clés : mesure de satisfaction, segmentation, prévisions de marché.
- La portée et la place des études quantitatives.

Connaître le déroulement d'une étude quantitative

- La formulation du cahier des charges : définir l'objectif, la cible et le périmètre.
- Les différentes étapes du processus : du cahier des charges au rapport final.
- Le suivi et l'évaluation de l'étude : indicateurs de réussite, gestion des délais et budget.

S'approprier les différents modes de recueil et de contact

- Les différents modes de contact : avantages/inconvénients et coûts.
- Avantages et inconvénients des outils digitaux : recueil online, mobile, social listening.

Utiliser les statistiques essentielles

- Les données fondamentales (moyenne, variance, écart type, médiane).
- La fiabilité et la précision des résultats.
- La notion de significativité.
- L'impact des marges d'erreur sur la prise de décision.

Déterminer un échantillon

- La taille de l'échantillon.
- Méthodes d'échantillonnage : aléatoire, stratifié, quotas, etc.
- Les critères de représentativité.
- Le suréchantillonnage et la problématique de redressement.

Réaliser le questionnaire

- Les étapes de l'élaboration d'un questionnaire.
- Les séquences / l'ordre, la formulation des questions, les échelles.
- Les principales erreurs à éviter.
- La phase de pré-test et le pilotage du questionnaire.

Exploiter les résultats

- Les interprétations.
- Fiabilité et significativité des résultats.
- Synthétiser les résultats et formuler des recommandations actionnables.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

Évaluation des acquis :

Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud :

À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid :

À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.