

# ETUDES MARKETING

Tania SANCHEZ – [tania.sanchez@u-bordeaux.fr](mailto:tania.sanchez@u-bordeaux.fr)

Sophie PEREIRA – [sophie.pereira@u-bordeaux.fr](mailto:sophie.pereira@u-bordeaux.fr)

Annaig PRIGENT – [annaig.prigent@u-bordeaux.fr](mailto:annaig.prigent@u-bordeaux.fr)



Tech  
de Co



# OBJECTIFS DE LA RESSOURCE

- Connaître et maîtriser les étapes d'une démarche d'études marketing
- Savoir mener une étude documentaire, une étude qualitative et quantitative
- Eviter les pièges et savoir prendre ses précautions
- Etre capable de mener une étude marketing en autonomie

# DEROULEMENT DU COURS

## ○ Méthodes de travail

- Cours
- Exercices d'application et de réflexion
- Cas pratiques à réaliser en groupe

## ○ Evaluations

- QCM
- Travail de groupe

# PLAN DU COURS

- Chapitre 1 : Définitions, démarches et méthodes
- Chapitre 2 : Les études documentaires
- Chapitre 3 : Les études qualitatives

# CHAPITRE 1

# DEFINITIONS, DEMARCHE ET

# METHODES

Pour avoir une vue générale sur ce que sont les Etudes Marketing



1/ Qu'est ce qu'une étude marketing?

*« Ce ne sont pas les études de marché sur la lampe à huile qui ont permis l'invention de l'électricité »*



Daniel Jouve

Humaniste, chasseur de tête



# Etudes Marketing

## **DE QUOI PARLE-T-ON ?**

## **D'APRÈS VOUS ?**

Pour avoir une définition précise



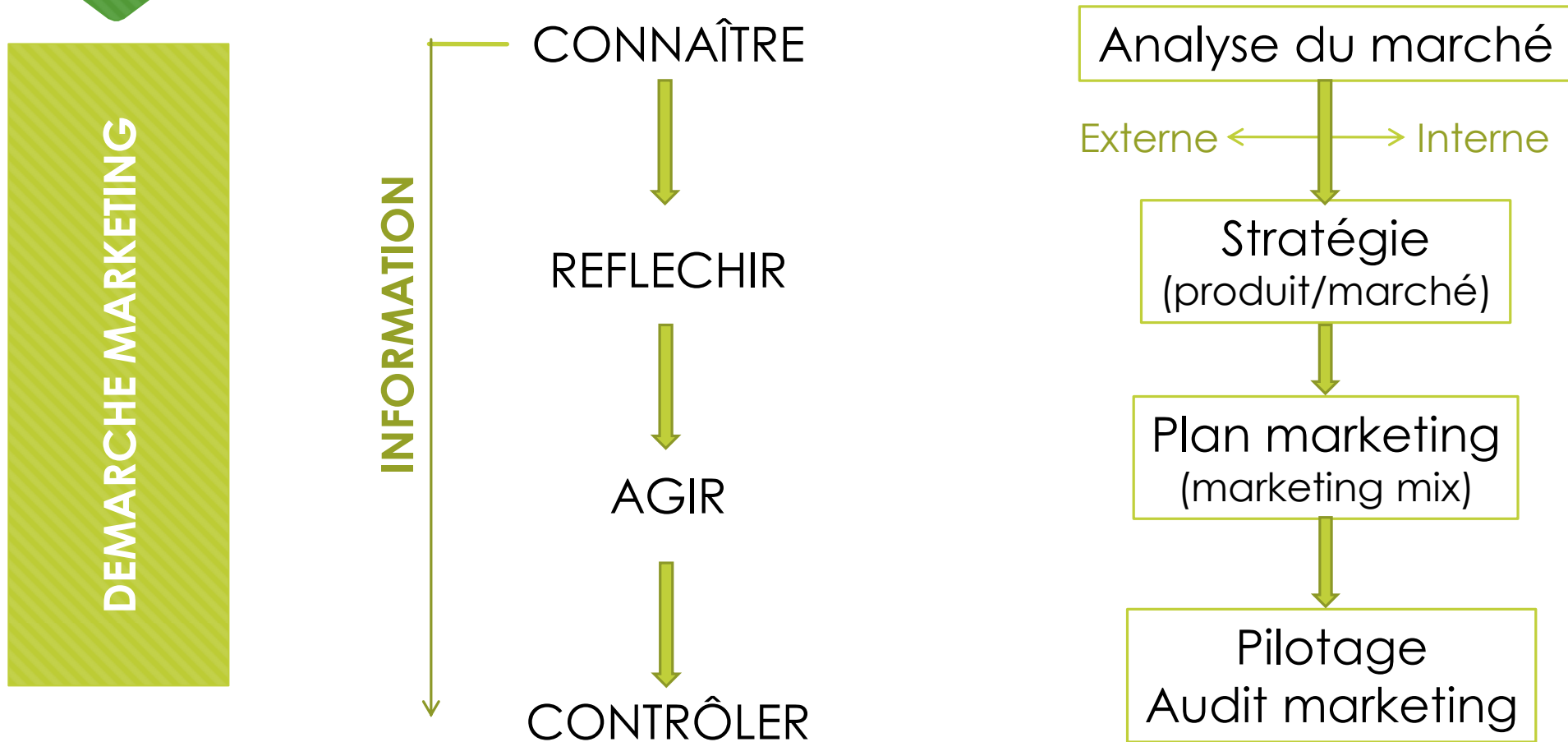
# Jeu des posts it

- Ecrivez en gros sur le post-it une courte phrase pour répondre à ces questions et venez le coller sur le tableau
- D'après vous ?
  - Qu'est ce qu'une étude marketing ?
  - A quoi ça sert ?

# DEFINITION : ETUDE DE MARCHE

- **Démarche systématique et scientifique** de
- **collecte, traitement et interprétation des informations**
- qui a pour objectif principal de réduire les incertitudes et de minimiser les risques.

# L'information est à la base de la démarche marketing



# Objectifs et Enjeux

- Comprendre un marché
- Evaluer un chiffre d'affaires
- Vérifier l'opportunité d'un lancement
- Effectuer les bons choix en termes de produit, prix, distribution et communication
- Crédibiliser un projet auprès de partenaires potentiels
- Evaluer les performances et les résultats des actions menées



# EXISTE-T-IL DIFFÉRENTS TYPES D'ETUDES ?

- Etude d'un document par groupe de 3 personnes et exposé devant la classe selon les questions suivantes :
  1. Décrivez l'étude dont parle le document
  2. Quelle est la démarche de cette étude ?
  3. Quels sont ces objectifs ?
  4. Dans quelle catégorie d'étude peut-on la classer ?

# RESUMONS : 3 grands types d'études

## 3 GRANDS TYPES D'ETUDES



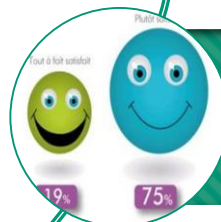
ETUDE DOCUMENTAIRE

Informations  
secondaires



ETUDE QUALITATIVE

Informations  
primaires



ETUDE QUANTITATIVE

# Les études classées par objectifs

## Etudes exploratoires

- Analyser un problème
- Vérifier ou envisager des hypothèses
- **Etudes Qualitatives**

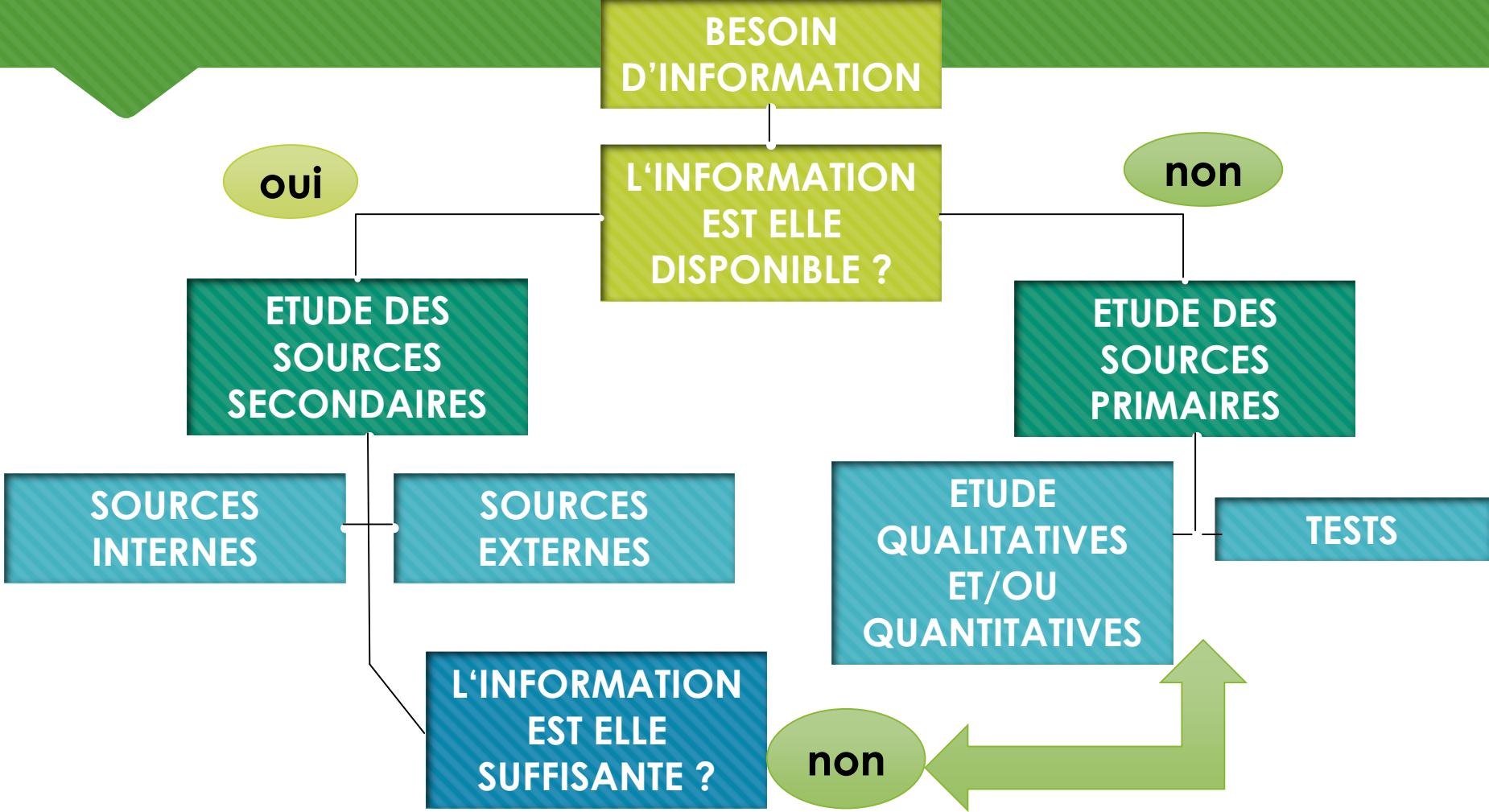
## Etudes descriptives

- Récolter de l'information et des données statistiques
- **Etudes Documentaires ou Quantitatives**

## Etudes explicatives

- « Causales » ou « prescriptives »
- Identifier les causes d'un phénomène
- **Etudes Documentaires ou Qualitatives**

# Comment choisir le bon type d'étude ?







**2/ Comment réaliser  
une étude marketing ?**

# CAS D'ÉTUDE : CERISE DE BOEUF

## ○ PARTIE 1

1. Identifier et formuler la problématique marketing de l'entreprise
2. Déterminer de quelles informations vous avez besoin
3. Imaginer quel(s) type(s) d'étude(s) pourrai(en)t être réaliséé(s)
4. Préciser les objectifs de chacune des études
5. Définir la méthodologie à mettre en place pour y répondre



# CAS D'ÉTUDE : CERISE DE BOEUF

## ○ PARTIE 2

1. Déterminer ce qui peut expliquer le problème rencontré
2. Imaginer quelles solutions pourraient être apportées



Je peux vous filet  
tous mes bons plans !

**BŒUF-LOVERS**

LE PREMIER SITE DE RENCONTRE  
POUR LES AMOUREUX DU BŒUF

[www.boeuf-lovers.com](http://www.boeuf-lovers.com)

laViande le Bœuf

# RESUMONS ... LA DEMARCHE PREPARATOIRE

PREPARER UNE ETUDE  
MARKETING

Identifier le problème marketing



Identifier le/les problèmes d'étude



Choisir un projet d'étude

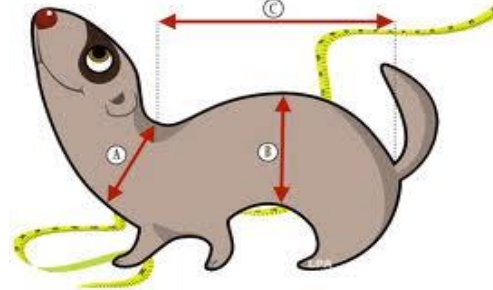
# RESUMONS ... OBJECTIF MARKETING/D'ETUDE

DIFFERENCIER  
PROBLEMATIQUE MARKETING  
ET D'ETUDE



PROBLEMATIQUE  
MARKETING

QUE DOIS-JE SAVOIR ?



PROBLEMATIQUE  
D'ETUDE

# RESUMONS...

REALISER ET EXPLOITER UNE  
ETUDE MARKETING

Mettre en place l'étude

Analyser et interpréter les résultats

Rédiger un rapport d'étude et des  
recommandations

# LE RAPPORT D'ETUDE : CE QU'IL CONTIENT



- Problématique marketing
- Problématique d'étude + Objectifs de l'étude
- Méthodologie suivie : quel type d'étude et comment a-t-elle été réalisée ?
- Synthèse des résultats : que peut-on tirer de l'étude ?
- Recommandations : que peut-on faire pour répondre à la problématique ?
- En annexe : détails techniques, tris, retranscriptions ....



## 3/ LES PRECAUTIONS A PRENDRE



# LES BONS CONSEILS

- Identifier précisément et pertinemment le problème marketing et les problèmes d'étude
- Suivre la méthodologie



# LES PIEGES A EVITER



- Son intuition et son expérience : Vous n'êtes pas une généralité !!
- Multiplier les études = procrastiner
- Les fakes news : Vérifier la fiabilité des informations !!
- Penser que l'étude apporte toutes les solutions

# TRAVAILLER AVEC UNE AGENCE : UNE SOLUTION ?

Pourquoi et comment travailler avec une agence  
d'études de marché ?





# CONCLUSION

Les études : pas parfaites certes mais nécessaires