

Comprendre le marché pour construire sa proposition de valeur

Préfecture AURA
843 808 742 38

Cécile Bouquet Conseil Conseil, formation et coaching en entrepreneuriat & soft skills contact@cecilebouquet.com www.cecilebouquet.com 06 70 15 20 06	Réf : CREA1		Fiche mise à jour : 11/10/2026
	Objectifs pédagogiques		- Analyser son marché, - Identifier les besoins de ses clients potentiels et les opportunités de différenciation afin de construire une proposition de valeur cohérente avec les attentes du marché.
	Public		Tout professionnel : salarié, créateur d'entreprise, indépendant, chef d'entreprise.
	Prérequis		Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.
	Méthode mobilisée		- Alternance d'apports théoriques, méthodologiques, de mises en situation et de conseils individualisés. - Travaux organisés à partir des cas des participants.
	Evaluation		Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés. Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.
	Durée		35h00 (5 JOURS)
	Formateur		Cécile Bouquet
			A définir

Cécile Bouquet Conseil Conseil, formation et coaching en entrepreneuriat & softskills contact@cecilebouquet.com www.cecilebouquet.com 06 70 15 20 06	Date	
	Délais inscription	4 semaines
	Lieu	Dans votre entreprise, dans une salle de formation louée ou en ligne.
	Tarif	INTRA : 1200€ HT / Jour INTER : 350 € HT / Personne
	Modalités	Présentiel ou à distance.
	Programme	1. Comprendre les fondamentaux de l'étude de marché - Définition et objectifs de l'étude de marché. - Identification des principales étapes de l'étude de marché et des outils associés. - Illustration par des exemples concrets de projets entrepreneuriaux. 2. Analyser l'environnement et les opportunités du marché - Présentation de la matrice PESTEL : identification des facteurs politiques, économiques, socioculturels, technologiques, environnementaux et légaux susceptibles d'influencer le projet. - Identification des sources d'information pertinentes pour analyser son marché. - Présentation de la matrice SWOT : analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces du projet. - Mise en pratique à partir d'exemples.

06 70 15 20 06		3. Identifier les besoins des clients et analyser la concurrence - Repérage des problèmes, besoins et attentes auxquels le projet peut répondre. - Distinction entre concurrents directs et indirects. - Analyse des offres existantes et des solutions alternatives. - Définition de la différenciation et identification des leviers possibles : expertise, qualité, prix, expérience client, proximité, innovation ou spécialisation. 4. Tester son idée et valider son marché - Compréhension des enjeux et des bénéfices des tests préalables au lancement. - Identification des freins psychologiques à la confrontation de son idée au marché. - Découverte des outils de validation : questionnaires quantitatifs, entretiens qualitatifs et tests de l'offre. - Présentation de la méthode Lean Startup : formuler des hypothèses, expérimenter, recueillir les retours clients et ajuster son projet. 5. Définir sa cible et construire son persona - Définition des notions de segmentation, de cible et de persona. - Identification des critères de segmentation et des avantages du ciblage. - Repérage des difficultés liées à la définition de sa clientèle. - Identification des questions clés pour construire un persona : besoins, motivations, problématiques, freins, habitudes, critères de décision et comportements d'achat.
----------------	--	--

		6. Construire sa proposition de valeur avec le Business Model Canvas • Présentation des neuf blocs du Business Model Canvas (BMC). • Identification des questions clés permettant de renseigner chaque bloc : segments de clientèle, proposition de valeur, canaux, relations clients, sources de revenus, ressources clés, activités clés, partenaires clés et structure de coûts. • Mise en cohérence des besoins clients, de l'offre proposée et du modèle économique. 7. Définir son positionnement commercial • Présentation des quatre leviers du marketing mix : Produit, Prix, Place (distribution) et Promotion (communication). • Identification des choix stratégiques permettant de rendre son offre lisible, attractive et différenciante. • Conseils pour assurer la cohérence entre la cible, la proposition de valeur, le positionnement et les actions commerciales. 8. Synthétiser les acquis et formaliser les prochaines étapes • Révision des outils mobilisés tout au long du module : étude de marché, PESTEL, SWOT, analyse concurrentielle, tests marché, persona, Business Model Canvas et marketing mix. • Mise en perspective des résultats obtenus pour son propre projet. • Identification des actions prioritaires à mener pour approfondir son étude de marché et valider sa proposition de valeur.
	Accessibilité aux personnes en situation d'handicap : nous consulter pour étudier la faisabilité.	

Comprendre le marché pour construire sa proposition de valeur

Préfecture AURA
843 808 742 38

CGV envoyées en fichier joint et règlement Intérieur imprimé dans la salle de formation.