



Public concerné

Agricultrices et agriculteurs. Zone géographique : Bretagne.



Durée

2.1 jour(s) / 0h



Lieux / dates

Du 26/03/2025 au 23/04/2025 > Chambre d'agriculture - Antenne de Saint Ségol

Responsables de stage :

Sophie DE VERDELHAN

Contacts :

Sylvie LE FLOCH

Du 05/05/2025 au 20/05/2025 > Chambre d'agriculture de Bretagne, Rennes, 35

Responsables de stage :

Véronique BLIER

Contacts :

Chantal COUDREAU

Du 20/05/2025 au 17/06/2025 >

Responsables de stage :

Florence TRAVERT

Contacts :

Nadine LE BOUDER

Du 21/05/2025 au 18/06/2025 > Chambre d'agriculture - Antenne de Saint Ségol

Responsables de stage :

Sophie DE VERDELHAN

Contacts :

Sylvie LE FLOCH

Du 01/10/2025 au 05/11/2025 > Chambre d'agriculture - Antenne de Saint Ségol

Responsables de stage :

Sophie DE VERDELHAN

Contacts :

Sylvie LE FLOCH

Du 13/11/2025 au 04/12/2025 > Chambre d'agriculture - Antenne de Saint Ségol

Responsables de stage :

Sophie DE VERDELHAN

Contacts :

Sylvie LE FLOCH

Contact - Inscription

Accéder au formulaire en scannant ce QRcode



FORMATION

Réaliser son étude de marché (FMD) - SM5952-1



Objectifs

- Identifier les points clefs d'une démarche commerciale.
- Estimer la demande des clients aux niveaux quantitatif et qualitatif.
- Préparer ses choix de commercialisation.



Pré-requis

Cette formation s'articule autour de temps en présentiel dans une salle et de temps de travail à distance, avec un ordinateur.

Par conséquent, il est nécessaire :

- De s'assurer d'avoir un ordinateur en état de marche avec une connexion à internet stable
- D'avoir des bases en informatique dont une aisance sur la navigation sur le web : gestion des mails et pièces jointes, navigation et recherche d'infos sur le web voire téléchargement d'un document et enregistrement sur votre ordinateur
- D'organiser son temps pour réaliser le travail à distance



Contenu

- Composantes de la vente.
- Etude de marché : contenu, méthode pour la réaliser.
- Recherche de données sur la consommation de sa famille de produits, sur sa zone de chalandise, sur sa clientèle. Etude de la concurrence.
- Enquêtes auprès des clients professionnels et consommateurs particuliers.
- Conclusion de l'étude de marché : choix d'éléments de stratégie de vente.



Méthodes pédagogiques

Formation en partie à distance et en présentiel. Deux temps de regroupement en visio. Prévoir 6 heures de travail à distance à son rythme entre le début de la formation et la journée de présentiel. Exposés, travaux individuels et en sous-groupes, échanges.

- Une attestation de stage vous sera délivrée après la formation



Modalités d'évaluation et de satisfaction

Evaluation : Exercices, questionnements individuels ou collectifs - En cours de formation

