Etudes Marketing

Se perfectionner à la pratique des études quantitatives - Niveau perfectionnement

3 jours (21h00) | 4,6/5 | MKT-C19QUANTI2 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 2 110 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Etudes Marketing

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Approfondir ses connaissances dans les études quantitatives.
- Sélectionner et interpréter les principales méthodes d'analyse multivariée.
- Optimiser leur réalisation et bien dialoguer avec les instituts d'études.

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

Connaître les techniques de base des études quantitatives ou avoir suivi la formation : Réussir ses études quantitatives - Niveau initiation

Public concerné

Responsables et chargés d'études confirmés, chefs de produits et responsables marketing.

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

Module distanciel :

- E-quiz en amont/aval de la formation

Affiner le choix du mode de recueil en fonction des objectifs

- Exploiter les nouvelles méthodes de collecte (web, mobile, IA conversationnelle...).
- Réduire les biais liés au recueil : comparaisons entre modes de contact.
- Multicanal & hybridation : combiner plusieurs méthodes pour avoir des bases de lecture de résultats suffisantes.

Approfondir les techniques d'échantillonnage

- Le rappel sur la marge d'erreur.
- Les méthodes avancées d'échantillonnage : les sondages stratifiés, les sondages à plusieurs degrés, échantillonnage en grappes.
- Le suréchantillonnage et la problématique de redressement.
- Les approches d'Intelligence Artificielle pour booster un échantillon : les doubles digitaux (digital twins) pour renforcer la richesse des données ou pour toucher des cibles rares.

Maîtriser l'élaboration avancée d'un questionnaire

- Le rappel des règles d'or du questionnaire.
- Le design cognitif d'un questionnaire : simplifier la compréhension et maximiser la réponse.
- Les effets de halo.
- Les échelles de mesure : nature et intérêt.
- **Atelier :** évaluer un questionnaire existant et proposer des optimisations.
- Enrichir les questionnaires grâce à l'Intelligence Artificielle.
- Les questions ouvertes dans un questionnaire quantitatif (avec et sans l'aide de l'IA) et la place des Bot dans la relance d'une question ouverte.

Réussir le traitement de l'information

- Les notions fondamentales sur les tests statistiques.
- Les indicateurs de liaisons et de corrélation : interprétation et pièges à éviter.
- Le « bilan d'image ».

Approfondir l'analyse des données avec des approches multivariées et IA pour affiner les insights

- Le rôle et les caractéristiques des méthodes d'analyse multivariée.
- Les méthodes descriptives de recherche de structure :
  - la typologie,
  - les analyses factorielles (AFC-ACP-ACM).
- Les méthodes explicatives :
  - l'analyse discriminante,
  - la segmentation et la création de personae (en réel et en IA),
  - la régression linéaire.
- Les méthodes prédictives grâce à l'Intelligence Artificielle.

Interpréter les résultats

- L'interprétation des indicateurs statistiques.
- Construire et interpréter des mappings et synthèses visuelles.
- Exploiter l'IA générative pour résumer et présenter des insights ou contextualiser une analyse sur un marché, ou des informations sur des produits

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.