



## Études de Marchés Methodes et Outils

 **Télécharger**

 **Lire En Ligne**

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

# Études de Marches Methodes et Outils

*Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal*

**Études de Marches Methodes et Outils** Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal

 [Télécharger Études de Marches Methodes et Outils ...pdf](#)

 [Lire en ligne Études de Marches Methodes et Outils ...pdf](#)

## Téléchargez et lisez en ligne **Études de Marchés Methodes et Outils** Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal

---

500 pages

Extrait

Avant-propos

L'ouvrage «Études de marchés, méthodes et outils» est le fruit d'une longue expérience dans le domaine du marketing, de la statistique et des études de marchés. Il s'adresse aux étudiants, décideurs et aux professionnels du marketing, de la communication ou de la gestion qui souhaitent comprendre l'intérêt des études de marchés comme outils d'aide à la décision.

Toutefois, celles-ci ne constituent qu'une étape, essentielle et préliminaire vers la décision et l'action marketing. Notre propos aurait été incomplet si nous nous étions arrêtés à ce moment. C'est pourquoi, à travers de nombreux cas et exemples concrets, nous avons voulu donner les outils essentiels à l'action.

Le lecteur y trouvera les réponses à ses questions : Comment mener une enquête quantitative ou qualitative, rédiger un questionnaire, construire un échantillon représentatif, analyser scientifiquement les résultats obtenus, présenter les données et les résultats ? Quels types de graphiques faut-il sélectionner ? Quelle est la méthode la plus efficace et la mieux adaptée à mon problème ? En un mot, comment réaliser ou sous-traiter une étude de marchés.

L'ouvrage est organisé en deux parties. La première partie constitue l'introduction. Le chapitre 1 situe la fonction des études de marchés par rapport au marketing et à l'action, le chapitre 2 décrit le système d'information marketing et son rôle essentiel dans le cadre de la prise de décision stratégique. Le chapitre 3 est consacré à la présentation de la démarche de recherche qui sous-tend les études de marchés.

La seconde partie présente l'ensemble des méthodes et outils en études de marchés. Le chapitre 4 s'intéresse à la recherche documentaire et à l'analyse des données secondaires. Le chapitre 5 présente les études de marchés qualitatives et ses principaux modes de recueil et d'analyse des données qui permettent de comprendre le comportement en profondeur d'un répondant. Le chapitre 6 porte sur la description des principales méthodes de recueil de l'information par observation. Le chapitre 7 poursuit le même objectif et décrit les méthodes de recueil de l'information basées sur l'expérimentation.

Le chapitre 8 examine les études de marchés quantitatives. Le chapitre 9 ouvre le champ de l'enquête par questionnaire. Il analyse les problèmes liés à sa conception, à sa réalisation, à la formulation des questions. Le chapitre 10 décrit la procédure à suivre pour construire un échantillon représentatif et un plan de sondage fiable. Le chapitre 11 traite du problème de la réalisation de l'enquête et du recrutement, de la formation et de la compétence des enquêteurs. Enfin, le chapitre 12 présente la méthodologie à suivre pour traiter et analyser les résultats obtenus.

L'ouvrage s'accompagne d'un glossaire qui présente la majorité des thèmes utilisés en études de marchés. Certains sont connus mais leur signification est particulière aux études de marchés, d'autres sont peu utilisés en dehors de ce cadre. Les plus courants font l'objet d'une traduction (anglais - français).

Le lecteur trouvera en annexe un tableau de calcul de l'intervalle de confiance d'un échantillon ainsi qu'une bibliographie détaillée. Un site compagne prend de nombreux documents et adresses utiles.

Les auteurs. Présentation de l'éditeur

La définition de la stratégie marketing repose sur des informations collectées et analysées de façon rigoureuse, systématique et scientifique. Le «marketeur» doit pouvoir utiliser les outils de la recherche d'aujourd'hui et les adapter à sa pratique de terrain.

Les études de marchés constituent les méthodes essentielles pour comprendre et agir sur l'évolution des marchés. Elles cernent les besoins et les comportements des multiples publics d'un marché, d'un acheteur ou d'un consommateur. À travers de nombreux exemples et en se plaçant dans l'optique de l'utilisateur, ce livre - dont la 4e édition a été enrichie et actualisée, notamment par de nombreux exemples et études relatives aux e-sondages - décrit de manière pratique et pédagogique les outils utilisés en études de marchés : la recherche documentaire, les études qualitatives, les études quantitatives, les méthodes basées sur l'observation, les techniques internet utilisées, les méthodes basées sur l'expérimentation, les outils de recueil de l'information, d'analyse et de traitement de données.

Il est rédigé de façon à demander au lecteur le moins de connaissances statistiques ou méthodologiques possibles. Un index, un glossaire complètent l'ouvrage.

Un site compagnon ([mvconsult.be](http://mvconsult.be)) permet d'approfondir l'information contenue dans l'ouvrage.

Ouvrage de référence pour tous les utilisateurs des études de marchés et les professionnels du marketing, de la communication ou de la gestion, il offre aux étudiants et aux dirigeants des PME une information complète pour la réalisation ou la sous-traitance d'une étude de marchés.

**Marc Vandercammen**

Senior consultant, conférencier international, il a dirigé le CRIOC en Belgique et intervient dans plusieurs hautes écoles et universités. Auteur de nombreux ouvrages consacrés au marketing, il dirige aussi la collection «Perspectives Marketing».

**Martine Gauthy-Sinéchal**

Titulaire d'une Licence en Sciences commerciales et financières (ICHEC, Bruxelles) et titulaire du Diplôme spécial en Administration marketing (CIFEM - enseignement post-universitaire en Marketing de l'ICHEC), elle est chef de travaux chargée de cours à l'ICHEC - Brussels Management School et responsable scientifique du DSMM (Diplôme spécial en Marketing Management, ICHEC-Entreprises). Coauteur avec Marc Vandercammen de Recherche Marketing, Outil fondamental du marketing, chez De Boeck Supérieur, elle est également responsable des formations en soirée d'ICHEC-Entreprises. Biographie de l'auteur Marc Vandercammen est Senior consultant, conférencier international. Il a dirigé le CRIOC en Belgique et intervient dans plusieurs hautes écoles et universités. Auteur de nombreux ouvrages consacrés au marketing, il dirige aussi la collection "Perspectives Marketing". Martine Gauthy-Sinéchal est titulaire d'une Licence en Sciences commerciales et financières (ICHEC, Bruxelles) et titulaire du Diplôme spécial en Administration marketing (CIFEM - enseignement post-universitaire en Marketing de l'ICHEC). Elle est chef de travaux chargée de cours à l'ICHEC - Brussels Management School et responsable scientifique du DSMM (Diplôme spécial en Marketing Management, ICHEC-Entreprises). Coauteur avec Marc Vandercammen de Recherche Marketing, Outil fondamental du marketing, chez De Boeck Supérieur, elle est également responsable des formations en soirée d'ICHEC-Entreprises.

Download and Read Online Études de Marches Methodes et Outils Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal #YBLE5MNAS6V

Lire Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal pour ebook en ligne Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal à lire en ligne. Online Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal ebook Téléchargement PDF Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal Doc Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal Mobipocket Études de Marches Methodes et Outils par Marc Vandercammen, Martine Gauthy-Sinéchal EPub

**YBLE5MNAS6VYBLE5MNAS6VYBLE5MNAS6V**