PASSER DES STATISTIQUES À L'INTERPRÉTATION MARKETING

Faire parler les chiffres pour ses actions marketing

FORMATIONS COURTES

EXPERTISE

Ref. : C19STATMG

Durée :
3 jours - 21 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 2050 € HT

Repas inclus

Il n'est pas nécessaire d'être un statisticien pour interpréter les chiffres. Transformer des données statistiques brutes en **insights marketing exploitables** est essentiel pour une stratégie efficace.

Cette formation vous permet de **démyshifier les statistiques** afin d'être plus à l'aise pour analyser des résultats chiffrés et aller plus loin dans vos

études quantitatives
. Lors de cette formation, vous serez guider dans l'art de l'interprétation des données pour générer des recommandations stratégiques.

Pourquoi se former sur les statistiques et l'interprétation marketing ?

- Apprendre à **interpréter les données statistiques** pour en tirer des conclusions pertinentes.
- Convertir les résultats statistiques en **recommandations concrètes** pour vos stratégies marketing.
- Optimiser vos décisions grâce à une analyse approfondie des données.

OBJECTIFS

- Mettre l'outil statistique à la portée de chacun.
- Analyser et présenter des résultats chiffrés.
- Interpréter toutes sortes de données quantitatives.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables marketing, chefs de produit.

PRÉREQUIS

Connaissances en statistiques (analyses univariées et bivariées), bonne pratique d'Excel.

COMPÉTENCES ACQUISES

Proposer des approches méthodologiques adéquates pour répondre aux besoins marketing, interpréter des analyses multivariées et dialoguer efficacement avec les producteurs de statistiques pour faire des recommandations.

PROGRAMME

Pendant
Passer des statistiques à l'interprétation marketing

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Les données fondamentales de la statistique d'une variable

- La médiane, les moyennes
- Les centiles, quartiles et déciles
- L'écart type et la variance

La lecture des différentes séries statistiques et des graphiques

- La distribution des valeurs
- La série de fréquence, la série cumulée
- Les histogrammes à barres, les diagrammes en radar, les nuages de points
- Les tableaux croisés

La fiabilité d'une étude de marché

- La taille de l'échantillon
- Les intervalles de confiance et la possibilité d'extrapolation
- La distribution de la loi Normale
- Les cas des petits échantillons
- Les sources d'erreur-aléas et biais. Comment les accommoder ?
- Les valeurs aberrantes
- Les tests de significativité et leurs interprétations

L'interprétation marketing des analyses multivariées

- Communiquer sur les atouts d'un produit, d'un service : l'analyse de la variance et bilan d'image pour visualiser les liens entre les variables.
- **Atelier pratique :**
  - Les analyses factorielles : Comment condenser des données et interpréter au mieux les résultats.
  - Cas pratique sur des données de produits de snacking : réaliser le regroupement des variables, nommer les axes factoriels et les groupes de variables.
- Hiérarchiser les leviers d'optimisation : analyse causale, régression linéaire et enquêtes de satisfaction.
- L'analyse discriminante pour établir les relations entre une variable qualitative et un ensemble de variables explicatives quantitatives.
- Étude d'Usages & Attitudes : typologie et application.
- La segmentation et ses applications en marketing direct.
- Déterminer les arbitrages d'un acheteur entre différents critères de décision par une analyse conjointe ou Trade-off.
- Optimiser ses gammes : analyse itérative des intentions d'achat (TURF).
- **Atelier pratique** : Cas pratique d'interprétation de résultats sur des intentions d'achats avec plusieurs hypothèses.

Les données fondamentales de la statistique d'une variable

- La médiane, les moyennes.
- Les centiles, quartiles et déciles.
- L'écart type et la variance.

INTERVENANTS

Sandra SOUNACK

Experte et formatrice dans les études marketing quantitatives et qualitatives.

MODALITÉS 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.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

LIEUX ET DATES

À distance
16 au 18 juin 2025
08 au 10 oct. 2025

Paris
10 au 12 déc. 2025