

Analyse concurrentielle et positionnement marché

Direction d'entreprise - 2025

En résumé

Se démarquer de la concurrence est essentiel pour pérenniser son activité. Cette formation vous offre les clés pour analyser votre environnement concurrentiel, segmenter votre marché et construire un positionnement stratégique solide et différenciant. Maîtrisez les outils indispensables pour anticiper les mouvements de vos concurrents et développer une stratégie de croissance durable

Objectifs :

- Identifier et analyser les principaux concurrents d'une entreprise.
- Comprendre les dynamiques concurrentielles et les forces du marché.
- Maîtriser les outils d'analyse concurrentielle (SWOT, PESTEL, 5 forces de Porter, etc.).
- Développer un positionnement stratégique différenciant sur le marché.
- Élaborer une stratégie de positionnement alignée avec les avantages concurrentiels.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est exigé pour suivre cette formation.

Participants :

Dirigeant, responsable marketing et commercial, entrepreneur et créateur d'entreprise.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 participants.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur spécialisé dans la stratégie d'entreprise.
Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Le contenu

800 €
Net de taxe par personne

G2 CONCMARCHE 24-A24


2 jours soit 14 heures

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

- lun 01 déc 2025, lun 15 déc 2025



1. Introduction à l'analyse concurrentielle

Définition et enjeux de l'analyse concurrentielle :

- Importance stratégique,
- Objectifs à atteindre.

Panorama et segmentation de l'environnement économique :

- Identification et segmentation des différents environnements : économique, sociétal, technologique et écologique,
- Identification du marché cible, des segments et sous-segments pertinents,
- Acteurs clés et tendances influençant le marché.

2. Outils d'analyse concurrentielle

Analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) :

- Construction d'une analyse SWOT pertinente,
- Cas pratiques : application à son entreprise.

Analyse PESTEL (environnement politique, économique, social, technologique, écologique et légal) :

- Comprendre l'environnement macroéconomique.

Modèle des 5 forces de Porter :

- Identification des forces concurrentielles clés,
- Etude de cas : analyse des forces concurrentielles dans un secteur donné,

3. Positionnement sur le marché

Définition du positionnement stratégique :

- Positionnement par rapport aux concurrents : niches, différenciation, leadership par les coûts.

Segmentation du marché :

- Définition des segments cibles,
- Adaptation de l'offre en fonction des segments.

Valeur perçue par le client :

- Analyser et comprendre les attentes des clients,
- Développement de propositions de valeur distinctives.

4. Elaboration d'une stratégie de positionnement

Construire une stratégie de positionnement :

- Alignement de la stratégie avec les forces internes et les opportunités de marché.

Etude de cas pratique : analyse d'une stratégie concurrentielle existante :

- Travail en sous-groupes : étude d'une entreprise ou d'un secteur,
- Présentation des résultats et recommandations.

Mise en place d'une stratégie de veille concurrentielle :

- Utilisation d'outils digitaux et technologiques pour suivre les concurrents,
- Mise en œuvre d'indicateurs de suivi.



Méthodes, moyens et suivi

Méthode pédagogique et moyens techniques

CCI Formation met à disposition de ses clients l'ensemble des moyens pédagogiques nécessaires à l'exécution de cette formation et privilégie les méthodes actives et participatives:

- Exposés théoriques pour la présentation des concepts,
- Études de cas réelles et adaptées au secteur de l'entreprise pour illustrer les approches,
- Travaux de groupe et exercices pratiques pour une mise en situation concrète,
- Simulations pour la création d'une stratégie de positionnement.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situation, 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.

Suivi de l'action

Une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

