

FORMACIÓ Promoció Econòmica 2023

Fem EMPRENEDORIA

Fer un estudi de mercat amb pocs recursos és possible!

Adreçat a

- Persones emprenedores, autònoms i microempreses que vulguin aprendre tècniques d'anàlisi de mercat per millorar i enfortir-se. Es valora una actitud participativa, amb ganes de fer els exercicis per extreure tot el valor del taller.

Objectius

- Aprendre tècniques per estudiar els canvis que succeeixen en les diferents dimensions del mercat i la societat.
- Conèixer tècniques d'investigació del mercat (entrevistes, observació participant, enquestes, anàlisi de fonts secundàries, etc.).
- Identificar segments de clients potencials i dissenyar estratègies per acostar-s'hi.
- Aplicar exercicis de Desing Thinking per comunicar la proposta de valor i la diferenciació respecte les competències.
- Analitzar i sintetitzar la informació amb estructures com Dafo-Darp, Scamper, Customer Journey, Mind Mapping, Blue Ocean.
- Dissenyar un pla d'acció d'estratègies comercials amb indicadors d'avaluació per aplicar els aprenentatges de l'estudi de mercat.

Metodologia

Basat en aprendre conceptes i estratègies d'investigació de mercats a partir d'exercicis pràctics. S'organitza en un full de ruta que passa per totes les fases d'un estudi de mercat: identificació d'aspectes a millorar de l'empresa, plantejament d'objectius de l'estudi de mercat, tècniques de treball de camp o recollida d'informació, anàlisi i síntesi de la informació recollida, per acabar plantejant un pla d'acció amb indicadors d'avaluació.

Els exemples que es treballen a classe s'adapten als sectors d'activitat de les empreses participants. Els i les participants poden fer exercicis directament, ja sigui al llarg de l'activitat o posteriorment i, si els comparteixen, tenen feedback personalitzat del personal expert.

Continguts

Sessió 1

- Caracterització de les dimensions empresarials i com afecten els canvis i les tendències de mercat en un entorn VUCA – BANI.
- Exercicis d'autoavaluació empresarial per identificar els aspectes més dèbils on enfocar l'estudi de mercat.
- Explicació de tècniques d'investigació qualitatives i quantitatives, destacant-ne la utilitat vinculada a objectius d'estudis de mercat.
- Formular diferents objectius d'un estudi de mercat, perquè cada participant identifiqui els seus objectius i les tècniques adients.

Sessió 2

- Exercicis de segmentació de clients potencials i disseny d'estratègies per acostar-s'hi (mapa d'empatia per targets, Customer Journey).
- Exercicis per treballar la proposta de valor de l'empresa i la diferenciació respecte de les competències (Blue Ocean, 4P-C-E).
- Exercicis de síntesi de la informació (Dafo-Darp, Scamper, Calidoscopi de Keywords).
- Estructura d'un pla d'acció a partir dels aprenentatges d'un estudi de mercat i construcció d'indicadors d'avaluació SMART.

Data

Dimecres 27 de setembre i 4 d'octubre 2023 de 10 a 14h (8 hores)

- ✓ La sessió formativa serà impartida per **Amanda Figueras Giménez** (Visirius)

Més informació i inscripcions

- Per participar cal fer la inscripció a l'enllaç
 - [Inscripció](#)
- La sessió informativa s'impartirà a les instal·lacions del Servei de promoció econòmica al Centre Àgora, a la Pl. Àgora, 1 de Vilafranca del Penedès (Polígon Domenys II).
- Més informació: **Telèfon 93 817 11 69** / **web** <https://promocioeconomica.vilafranca.cat/>