



Journée d'étude ADL  
Comment réaliser une étude de  
marché  
7 juin 2010

# PLAN

1. Définition du marketing
2. L'étude de marché



# 1. Marketing: définition

C'est quoi les 5 P en marketing?

....



# LES 5 P

- Produit: ai-je les bons produits?
- Prix: ai-je le bon produit au bon prix?
- Place: ai-je la bonne place pour vendre mon produit?
- Promotion: ai-je la bonne promotion?
- Personne: Suis-je, ai-je la bonne personne pour vendre le produit?



## 2. L'étude de marché

Qu'est-ce qu'une étude de marché?....



# Définition: l'étude de marché:

Un ensemble d'informations...

Sur le marché visé par l'entrepreneur...

Recueillies, traitées et analysées de façon méthodique...

Pour servir de support à un positionnement, une stratégie et à la mise en œuvre du projet



# Pourquoi une étude de marché?

Pour recueillir des informations sur:

- Le marché
- Les utilisateurs
- Les concurrents,
- Les fournisseurs

➤ Valider la stratégie

➤ Elaborer un plan de marketing = plan d'affaire



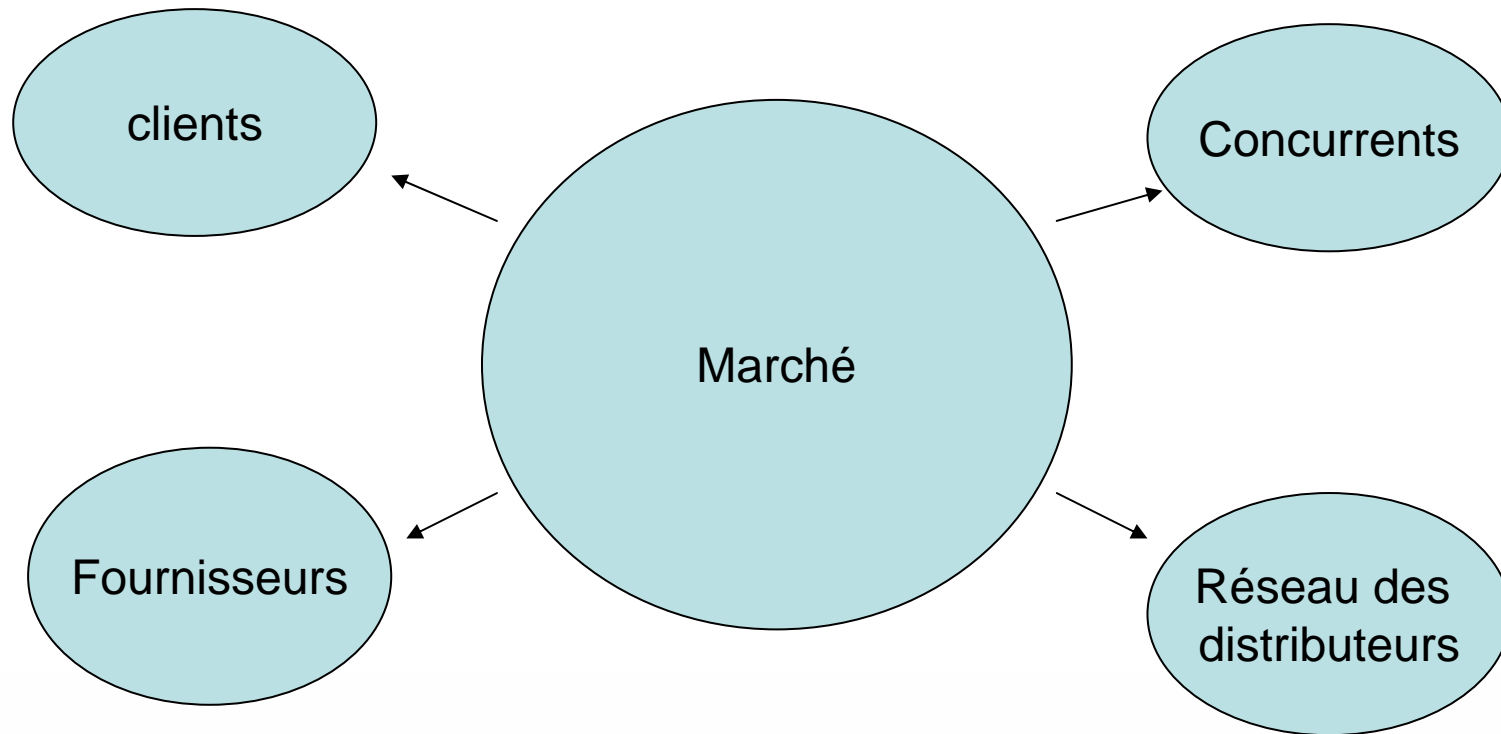
## Pour déterminer

- La taille du marché
- Les habitudes de distribution, de vente...
- La part de marché potentielle
- Les prix de vente
- Les prix de revient

➤ Obtenir des informations pour les hypothèses du plan financier



# Le marché



## Les clients:

- Qui sont les clients potentiels, leur profil, leur localisation, leur revenu?
- Quel est leur comportement? Fréquence, lieu, quantité
- Quelles sont leurs motivations? Leurs attentes?



# *Exemples de questions*

- Les clients: leur âge, le sexe, leur profession, leur revenu...
- Qui consomme, qui achète, quand, comment, volume?
- Qui prescrit? Qui influence, Qui utilise
- Fidélité?
- Satisfaction par rapport à l'offre actuelle?
- Produit/ service idéal?



# La concurrence

Qui sont les principaux concurrents? Leur taille, leur CA, points forts/faibles...

Qui sont leur clients?

Quels produits et services?

Qui sont leurs fournisseurs?



# *Exemples de questions*

- Nombre et importance de la concurrence
- Atouts/faiblesses
- Chiffre d'affaires et parts du marché
- Avantages concurrentiels?
- Stratégie?
- Organisation?
- Fournisseurs, Prix, qualité du produit...



# Réseau de distribution

Déterminer sa place dans la chaîne et définir son organisation

- Vendre en direct aux consommateurs?  
Passer par des grossistes, détaillants, prescripteurs?
- Quelles sont les pratiques? Délais de paiement, livraison, service après vente...



# Les fournisseurs

Déterminer la marge de négociation

- Quels sont les fournisseurs?
- Quel est le pouvoir de négociation?



# *Exemples de questions*

- Fournisseurs, : nombre? taille? lieu?
- Produits?
- Spécialités?
- Stratégies?
- Conditions de paiement?
- Délais de livraison?
- Prix?
- Service après vente?



# Comment faire l'étude de marché?

1. Observation directe pour savoir
2. Etude qualitative pour comprendre
3. Etude quantitative pour quantifier



# *Exercice:* votre projet de ce matin

- *Faites 3 colonnes avec les 3 types d'études: observation, étude qualitative et quantitative*
- *Faites une liste de 10 exemples d'actions pour récolter des informations*
- *Les inscrire dans la colonne correspondante*
- *Délai: 10'*



# 1. Observation

- Aller sur le terrain voir ce qui se passe: observer les concurrents, les clients
- Rassembler de la documentation, des échantillons, des publicités
- Visiter des foires, des salons...
- Tester les produits/services



## 2. Etude qualitative

- Préparer un questionnaire
- Choisir un échantillon représentatif de clients potentiels
- Réaliser des interviews de clients
- Réaliser des interviews d'experts : vendeurs, distributeurs, fournisseurs...
- Synthétiser les résultats (tableau...)
- Comparer et analyser



# 3. Etude quantitative

- Réaliser un sondage à plus grande échelle
- Vérifier des données dans des bases de données



# Rôle du coach/accompagnateur

- Structurer les étapes
- Donner des pistes de recherche
- Ouvrir son carnet de relations
- Aider à analyser l'information
- Regard critique sur les données communiquées
- Pousser à aller plus loin...



# Localisation?

Chez soi, (locataire ou propriétaire)?

Commerce, bureau, atelier?

Marchés ambulants?

Dans les locaux d'une entreprise?

Dans un centre d'affaires ou pépinière?



# Contraintes

Le coût: le loyer et les charges (énergie, assurance, équipement, aménagement, entretien...)

La visibilité

L'accessibilité

Les contraintes légales (permis...)



# SYNTHESE : Analyse SWOT

	Forces	Faiblesses
Opportunités	A exploiter	A améliorer
Menaces	A surveiller	A réduire



# Evaluation

Qu'avez-vous retenu de la journée?

Points forts?

Points à améliorer?

