

ETUDE DE MARCHE DE MON PROJET

Vos objectifs

Ils doivent répondre de façon quantifiée aux questions :

Où ? Combien ? Pourquoi ? Quand ? Comment ?

SEQUENCES	LE PRODUIT	LA CONCURRENCE	VOTRE OFFRE	VOS OBJECTIFS
<u>Le Produit</u>				
<u>La Clientèle</u> (Ceux qui achètent le produit)				
<u>Le Consommateur</u> (ceux qui utilisent le produit)				

<u>Les Prix</u>				
<u>La Distribution</u> <u>Méthodes de vente</u>				
<u>La Publicité</u>				

Etude de Marché de mon projet : LE PRODUIT

<i>Question ?</i>	<i>Réponse</i>
Quels sont mes produits/services vendus	
Quels sont leurs principales caractéristiques (qualité, option, marque, taille...)	
Mon produit/service est-il conforme aux normes	
Quel type de garantie j'offre à mes clients	
Quels sont les points forts de mes produits/services par rapport aux produits/services concurrents	
Le conditionnement et l'emballage est-il adapté aux conditions de transport et de stockage et aux besoins de mes futurs clients	
Quels sont les besoins de mes clients potentiels	
Que cherchent mes clients à obtenir	
Quels sont les services annexes de mes produits/services (garanti, SAV, condition de crédit...)	
Quels sont les avantages et inconvénients de mes produits/services	
Quelle est la fréquence d'utilisation de mes produits/services de mes clients	
Quelle est ma zone de chalandise	
Jusqu'où va ma zone de chalandise (en kms)	
Suis-je contraint à une législation particulière	

Etude de Marché de mon projet : LE CLIENT

<i>Question ?</i>	<i>Réponse</i>
A quel type de clientèle je souhaite vendre (célibataire, couple...)	
Quelles caractéristiques de mes produit/service attireront mes clients	
Où se trouvent l'essentiel de mes clients potentiels	
Quel est le nombre de clients potentiels	
Quel est le niveau de prix que mes clients potentiels sont prêts à payer	
Qui prend la décision finale d'achat dans la clientèle ciblée	
Quelles sont les possibilités de croissance du marché	
Quels sont les couples produit/client	
Quel est le positionnement de mon produit/service (haut de gamme, moyen de gamme...)	
Quelle est la clientèle que je vais intéresser	
Le marché est-il en pleine croissance	
Quel est le cycle de vie du produit/service	
Quelles sont les habitudes de consommation de mes clients : lieux, horaires, saisonnalité...	
Quelles sont les motivations d'achats de mes clients	

Etude de Marché de mon projet : Analyse de la concurrence

CRITERES	CONCURRENT 1	CONCURRENT 2	CONCURRENT 3	MON ENTREPRISE
Chiffre d'affaires				
Résultats				
Taille salariale				
Force commerciale (outils, pub etc.)				
Clientèle cible				
Couverture géographique				
Services offerts				
Produits proposés				
Stratégies commerciales				
Forces				
Faiblesses				
Avantages différentiels				

Etude de Marché de mon projet : Le Mémo du Prix de Vente

Le Prix de Vente

dépend :

- du prix de revient
- du marché - des concurrents
 - des clients
- de l'image que les clients ont du produit
- de la réglementation :
 - réglementation commerciale
 - conditions de paiement

