

Etapes clés pour la réalisation d'une étude de marché.

Récoltes des données

- Recherches d'informations sectorielles sur le marché, vos clients, votre concurrence :
- Sources: Recherches web, bases de données Xerfi, APCE, INSEE, syndicats professionnels.
- Enquête ou questionnaire (Focus groupe, semi directif, directif)

Analyse des informations recueillies

- Rassembler et confronter les données.
- Dépuiller le questionnaire
- Analyser les réponses des entretiens

Mise en forme du dossier

- Mise en avant des opportunités et menaces du marché
- Mesure de l'intensité concurrentielle
- Détermination des facteurs clés de succès

Les questions à identifier pour chaque partie :

I. Analyse Macro-économique :

Certains sites spécialisés dans les études globales peuvent servir pour déterminer les tendances clés d'un marché : INSEE, APCE, sites gouvernementaux, les sites institutionnels, chambres de commerces et d'industrie.

Les données récoltées doivent vous permettre de répondre à ces questions :

- Quelles sont les évolutions du marché depuis les 5 dernières années.
- Quelles sont les évolutions en volume (CA) et en valeur.
- Quels sont les acteurs importants sur mon secteur ?

II. Analyse de la demande :

Pour l'analyse de la demande il est important d'étudier le comportement des consommateurs et leurs modes de consommations. Mais lors de l'étude il est important de bien cibler notre clientèle type en fonction de notre positionnement.

Connaitre sa demande c'est pouvoir répondre à :

- Quelle est l'évolution globale de la demande ?
- Quelle est l'importance de la demande en termes de volume et de valeurs
- Quels sont leurs habitudes de consommations ?
- Quelle est ma clientèle type ?

III. Analyse de l'offre :

L'étude de l'offre présente sur notre marché, se fait par une analyse de la concurrence directe et indirecte. Cette étude est longue car pour bien comprendre la structuration du marché il est nécessaire d'étudier les principaux concurrents au cas par cas. A partir de la , l'identification des leaders, des suiveurs et les challengers apparait clairement pour notre étude de marché.

Une bonne analyse de l'offre permet de répondre à ces questions.

- Quels sont les produits de la concurrence ?
- Quelle est l'évolution de leur chiffre d'affaire ?
- Quel est leur positionnement prix ?
- Quel est leur stratégie de communication et de distribution ?

IV. L'environnement de l'entreprise :

Cette partie de l'analyse est réalisable par le biais de fiches sectorielles spécifiques au secteur, la chambre des métiers ou les chambres des métiers.

Une entreprise évolue dans un environnement où il est important de prendre en compte plusieurs données politiques, juridiques, sociétales.