

AXE II. ETUDE DE MARCHÉ

RECHERCHE DOCUMENTAIRE : ANALYSE DU MARCHÉ

- ▶ L'ensemble des informations qui vous permettront d'identifier :

- ▶ À quels besoins comptez-vous répondre et, en conséquence, sur quel marché vous situez-vous (par exemple, le marché du loisir) ? Précisez obligatoirement si le marché que vous visez est local, régional, national ou international et, par la suite, raisonnez uniquement par rapport au marché choisi.
- ▶ Donnez les indications sur le volume général de votre marché (celui que vous visez précisément), en montant de chiffre d'affaires et/ou en nombre de produits ou prestations. Quel a été le comportement de ce marché au cours des dernières années (stagnation, déclin, progression...). Donnez son taux de croissance annuel en %, en précisant s'il s'agit de quantité ou en montant.
- ▶ Quelle est la clientèle de ce marché : consommateurs individuels, collectivités, grossistes, détaillants, industriels, etc. Précisez ce que chaque type de clientèle représente dans le marché en % des ventes et, si possible, en nombre de clients. Aurez-vous, dans la cible de clientèle, beaucoup ou peu de clients, des gros ou des petits ?

ETUDE QUALITATIVE

1. L'ENVIRONNEMENT :

- Indiquez si, dans l'environnement économique, juridique et sociologique actuel ou futur, des éléments peuvent influencer favorablement ou défavorablement le marché visé.

Exemples : un changement prévu de réglementation, une modification annoncée d'un plan d'urbanisme, une évolution rapide et perceptible des comportements, des mentalités, d'un mode de consommation, etc.

2. LES CONCURRENTS :

- ▶ Quels sont vos principaux concurrents ?
- ▶ Indiquer pour chacun l'ancienneté, la taille, le CA, la part de marché, les caractéristiques de leurs produits, leur réputation, leur politique commerciale, etc.

3. LES PARTENAIRES :

► Les fournisseurs

Ne traitez dans ce paragraphe que des fournisseurs réels (matières premières, produits finis ou semi-finis), pour lesquels vous ne jouez pas le rôle d'un donneur d'ordres.

- Que représenteront vos achats hors taxes par rapport à votre chiffre d'affaires HT ?
- Avez-vous déjà pris des contacts avec ces fournisseurs ?
- Précisez le nombre de vos fournisseurs, le nom et le poids (en % de vos achats) des plus importants.
- Indiquez pour chacun d'eux les conditions de règlement usuelles ou négociées.

► Les sous-traitants

Si vous sous-traitez, précisez la part de la sous-traitance dans votre activité (nombre d'heures sous-traitées par rapport au nombre d'heures en propre, par exemple) et l'évolution de cette part sur les 3 premières années.

- Quel type de travaux sous-traitez-vous et pourquoi ?
- Avec combien de sous-traitants envisagez-vous de travailler ?
- Les connaissez-vous (ancienneté, réputation, etc.) ?
- Que représentera votre plus gros sous-traitant ?
- Quelles conditions de paiement obtiendrez-vous ?

ETUDE QUANTITATIVE :

- Etablir une étude de marché à partir d'un questionnaire destiné aux clients afin de comprendre de façon précise le comportement de la demande.