

ETUDE DE CONCURRENCE

----- QU'EST-CE-QUE LA CONCURRENCE ? -----

Concurrence directe : qui fait exactement la même chose que vous l'envisagez.

Concurrence indirecte : qui répond aux mêmes besoins mais d'une autre manière.

Concurrence involontaire : qui fait complètement autre chose mais peut parasiter le marché.

----- LE TABLEAU COMPARATIF -----

La façon la plus simple de réaliser une analyse concurrentielle est de créer un tableau avec en lignes les éléments à évaluer et en colonnes les concurrents.

Voici une liste non exhaustive des critères possibles (www.infogreffe.fr ; www.societe.com) :

- Chiffre d'affaires, effectif, statut de la structure, nombre d'année d'existence
- Les produits (exactement les mêmes ? En plus ? En moins ?)
- Services annexes et complémentaires (livraison, garantie, etc.)
- Segments de clientèle visés
- Stratégie de distribution (grandes surfaces, magasins propres, site internet, etc.)
- Stratégie de communication (leur site web leur sert à quoi ? Sont-ils présents sur d'autres supports numériques ? Qu'est-ce qu'ils y font ?)

Remarque : pour étudier les sites web de vos concurrents, mettez-vous dans la peau de chacun de vos clients.

Une fois ce tableau établi, il faut identifier les forces et les faiblesses de chacun des concurrents, et en déduire l'intensité concurrentiel du secteur.

----- LES CONCLUSIONS A EN TIRER -----

Stratégiques (séduction) : Est-ce que mes cibles sont pertinentes ? Est-ce que mes produits ont suffisamment de plus-value pour entrer sur le marché ? Dois-je modifier mon offre ?

Informationnelles : Quelles bonnes idées ont eu mes concurrents pour toucher mes cibles ? Quelles erreurs ont-ils fait et que je ne dois pas reproduire ?

- Du point de vue de la **charte éditoriale** (la manière d'écrire et de s'adresser au client)
- Du point de vue de la **charte graphique** (est-ce que leur image de marque est pertinente et identifiable)

Communicationnelles : Quels outils interactifs ont-ils mis en place ? Lesquels sont pertinents ? Lesquels manquent ?

Commerciales : Vont-ils au bout de la démarche commerciale ? D'achat ? De quelle manière ? Est-ce efficace ?