|  |
| --- |
| Big Brother |
| Survey Scape |
| Marketing et Management |

|  |
| --- |
| Léo AUVRAY – Maxence LUX – Sébastien Cron – Benoit DIEMER  14/06/2020 |

Table des matières

[MARKETING 2](#_Toc41322372)

[PHASE DE RECHERCHE 2](#_Toc41322373)

[Les consommateurs cibles 2](#_Toc41322374)

[Leurs besoins 2](#_Toc41322375)

[Qui sont les concurrents et quelles sont leurs offres 2](#_Toc41322376)

[ANALYSE DU MARCHE 2](#_Toc41322377)

[Forces de l’entreprises 2](#_Toc41322378)

[Faiblesses de l’entreprise 2](#_Toc41322379)

[Opportunités du marché 2](#_Toc41322380)

[Menaces 2](#_Toc41322381)

[IDENTIFICATION DE LA CIBLE 2](#_Toc41322382)

[Quels entreprises sont susceptibles d’être intéressées 2](#_Toc41322383)

[PROMESSE DE VENTE 2](#_Toc41322384)

[Quelles sont les caractéristiques de notre produit, la valeur ajoutée apportée à l’utilisateur ? 2](#_Toc41322385)

[MANAGEMENT 2](#_Toc41322386)

[COUTS ET RENTABILITE 2](#_Toc41322387)

[Analyse GANTT 2](#_Toc41322388)

[Analyse SWOT 2](#_Toc41322389)

[QUESTIONS 2](#_Toc41322390)

[Qu’allons-nous mettre en place pour assurer un retour sur investissement ? 2](#_Toc41322391)

[Quelles offres ou options pourrions-nous déployer pour nous assurer de la rentabilité du produit ? 2](#_Toc41322392)

[Comment seront nos prix par rapport aux concurrents ? Pourquoi ? 2](#_Toc41322393)

[Pourquoi notre projet pourrait être choisi ? Est-il compatible avec la réalisation d’un des autres projets en simultané ? 2](#_Toc41322394)

[TESTS DU PRODUIT 2](#_Toc41322395)

[CONCEVOIR UNE IDENTITE VISUELLE ATTRACTIVE POUR LE PRODUIT 2](#_Toc41322396)

[Logo 2](#_Toc41322397)

[Page d’accueil 2](#_Toc41322398)

[Icônes de navigation 2](#_Toc41322399)

[CREATION DU SLOGAN PARFAIT POUR LE PRODUIT 2](#_Toc41322400)

[NOTRE POLITIQUE DE DISTRIBUTION 2](#_Toc41322401)

[NOTRE POLITIQUE DE COMMUNICATION 2](#_Toc41322402)

# MARKETING

## PHASE DE RECHERCHE

### Les consommateurs cibles

### Leurs besoins

### Qui sont les concurrents et quelles sont leurs offres

## ANALYSE DU MARCHE

### Forces de l’entreprises

### Faiblesses de l’entreprise

### Opportunités du marché

### Menaces

## IDENTIFICATION DE LA CIBLE

### Quels entreprises sont susceptibles d’être intéressées

## PROMESSE DE VENTE

### Quelles sont les caractéristiques de notre produit, la valeur ajoutée apportée à l’utilisateur ?

# MANAGEMENT

## COUTS ET RENTABILITE

### Analyse GANTT

### Analyse SWOT

## QUESTIONS

### Qu’allons-nous mettre en place pour assurer un retour sur investissement ?

### Quelles offres ou options pourrions-nous déployer pour nous assurer de la rentabilité du produit ?

### Comment seront nos prix par rapport aux concurrents ? Pourquoi ?

### Pourquoi notre projet pourrait être choisi ? Est-il compatible avec la réalisation d’un des autres projets en simultané ?

## TESTS DU PRODUIT

## CONCEVOIR UNE IDENTITE VISUELLE ATTRACTIVE POUR LE PRODUIT

### Logo

### Page d’accueil

### Icônes de navigation

## CREATION DU SLOGAN PARFAIT POUR LE PRODUIT

## NOTRE POLITIQUE DE DISTRIBUTION

## NOTRE POLITIQUE DE COMMUNICATION