

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,2 L'exploitation des études dans l'analyse du marché

Les études font partie des activités permanentes en marketing

-> Eclairages descriptifs, explicatifs voire prédictifs

- ✓ Etudes **documentaires** internes ou externes
- ✓ **Observation participante**
- ✓ Etude **qualitative** - Focus group, face à face, guide d'entretien
- ✓ Enquête **quantitative** - + grand nb de participants, questionnaire

-> Moyens, budgets, délais très différents.

-> A externaliser ou non

1. ANALYSE DU MARCHÉ

1,2 L'exploitation des études dans l'analyse du marché

Quelques exemples d'études

Objectif :

- ✓ Surveiller un environnement -> Etude de veille
 - ✓ Comprendre les évolutions d'une filière, la valeur ajoutée des acteurs -> Etude de filière
 - ✓ Evaluer la connaissance de la marque par les clients cibles -> Etude de notoriété
 - ✓ Comparaison avec des entreprises performantes non directement concurrentes -> Benchmark
 - ✓ Réaliser un tableau de la satisfaction clients -> Etude de satisfaction

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,2 L'exploitation des études dans l'analyse du marché

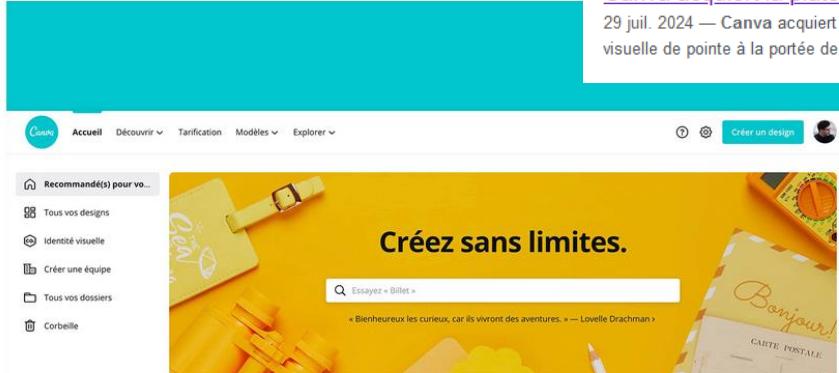
Exemple : Une bonne compréhension du client

Connaissez-vous la première entreprise technologique privée d'Australie?
 Je parie que OUI !!

Aujourd'hui, Canva fait la fierté de son pays d'origine : l'Australie.
Elle est l'une des rares entreprises, avec l'éditeur de logiciels Atlassian, à avoir fait son trou dans la tech mondiale.
 Canva en 2025, c'est 190 millions d'utilisateurs par mois et près de deux milliards de dollars de revenus annuels.

En l'espace de 8 ans, Canva s'est imposée comme un service de référence pour de nombr

 Publié le 23 juin 2020 à 13:30
Par Arthur Vera



 AFP.com
<https://www.afp.com/infos/canva-acquiert-la-plateform> ...

[Canva acquiert la plateforme d'IA générative Leonardo.AI ...](#)
 29 juil. 2024 — Canva acquiert la plateforme d'IA générative Leonardo.AI pour mettre l'IA visuelle de pointe à la portée de toutes les organisations · Capacités ...

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

-> Exploiter les outils traditionnels stratégiques

Analyse de l'environnement micro et macro

-> Analyse EXTERNE

Analyse de l'entreprise

-> Analyse INTERNE

-> Outils d'analyse

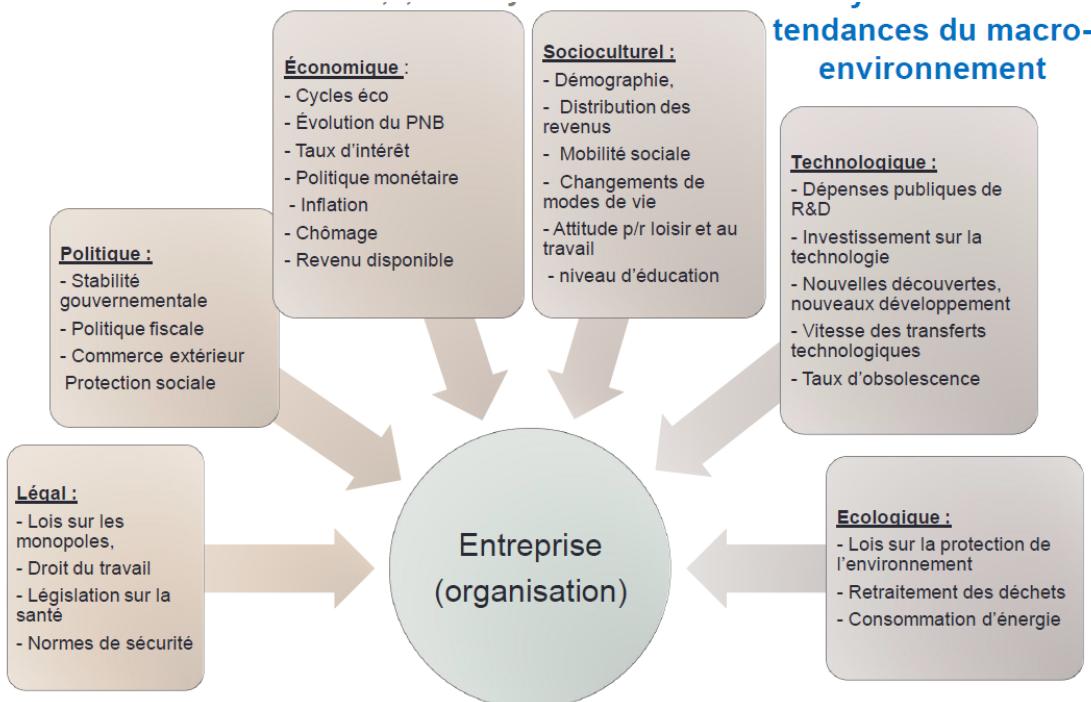
- Pestel
- Courbe de vie des produits
- Forces de Porter
- Chaine de valeur de Porter
- Matrice BCG - Mapping
- Matrice d'Ansoff

+ Outil de bilan de l'analyse : le SWOT

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

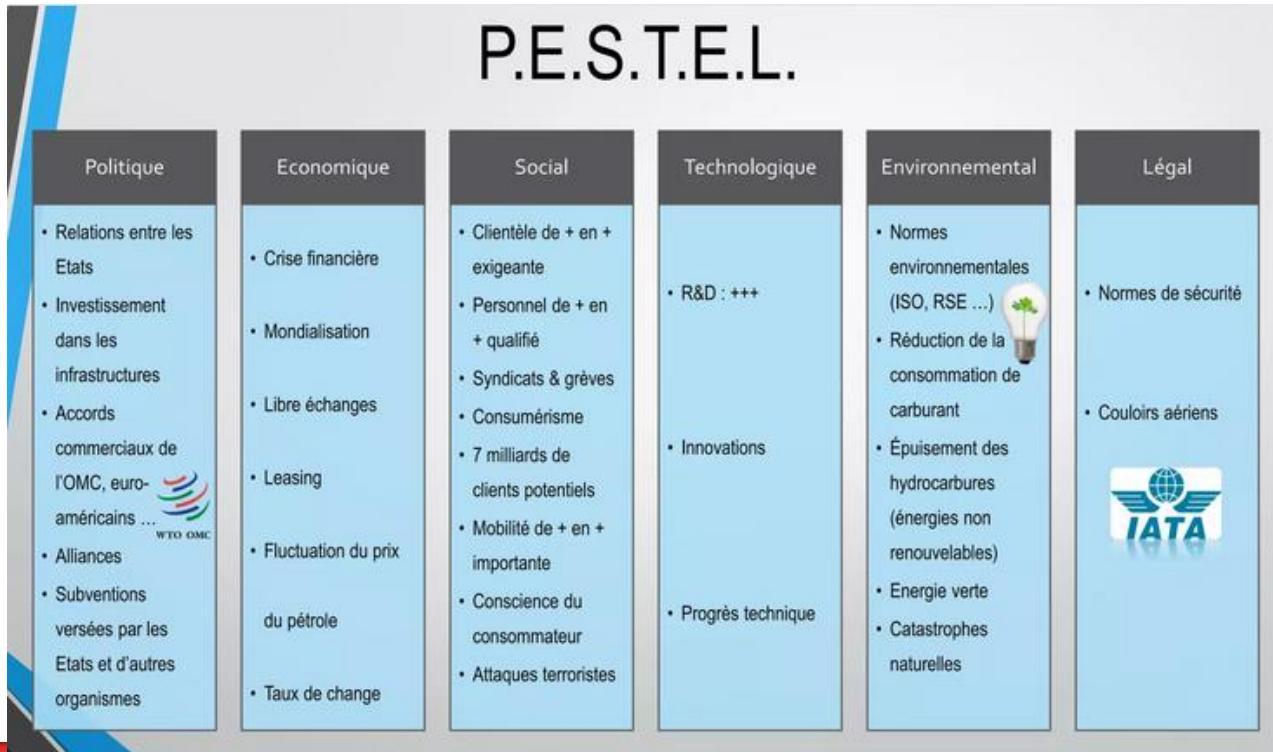
- PESTEL - Macro environnement



1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

P.E.S.T.E.L.



<https://fr.slideshare.net/slideshow/airbus-amp-boeing/59629798>

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

- Courbe de vie des produits

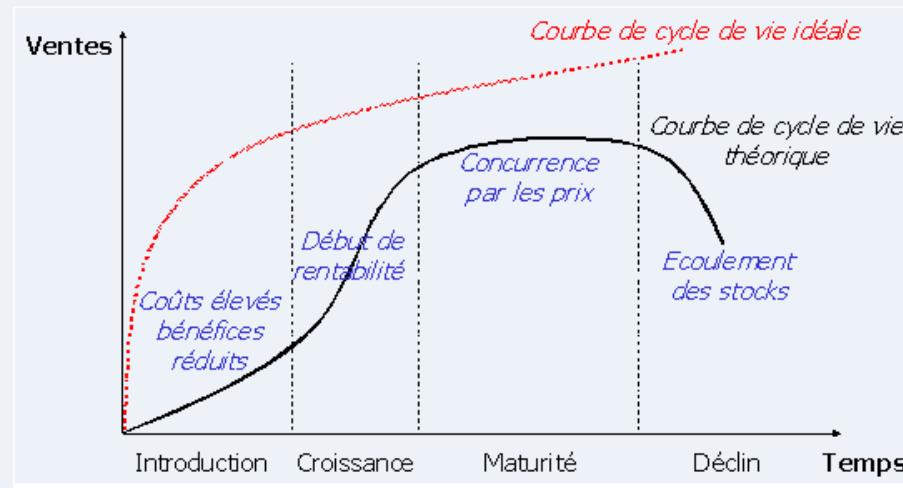


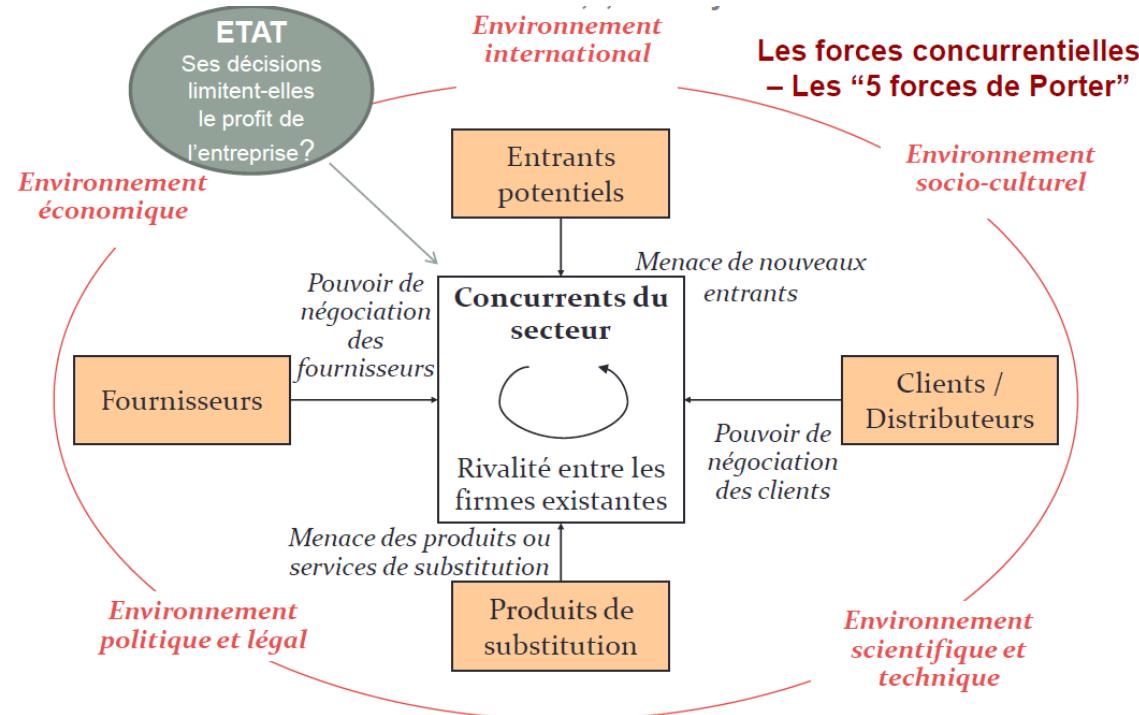
Figure 4 : La courbe de cycle de vie théorique

En abscisse, nous avons le temps de vie du produit qui suit un rythme biologique de sa naissance à sa mort, et en ordonnée, les ventes du produit réalisées sur chacune de ces périodes.

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

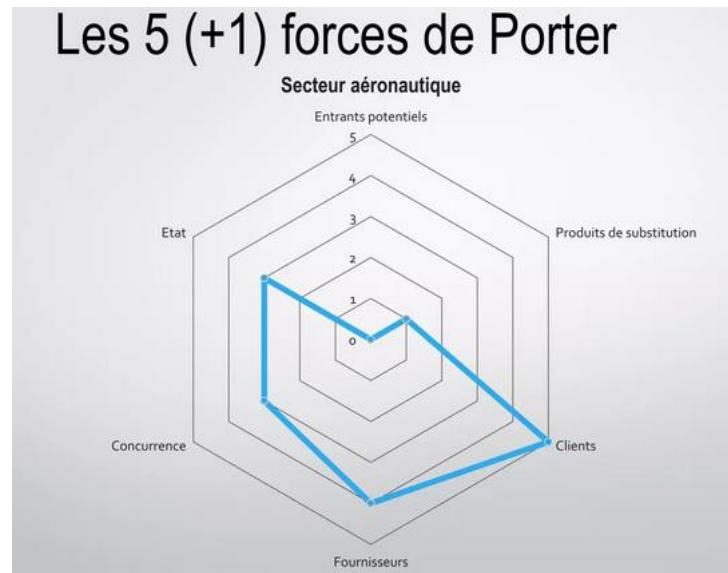
- Forces concurrentielles de Porter



1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

- Forces concurrentielles de Porter



<https://fr.slideshare.net/slideshow/airbus-amp-boeing/59629798>

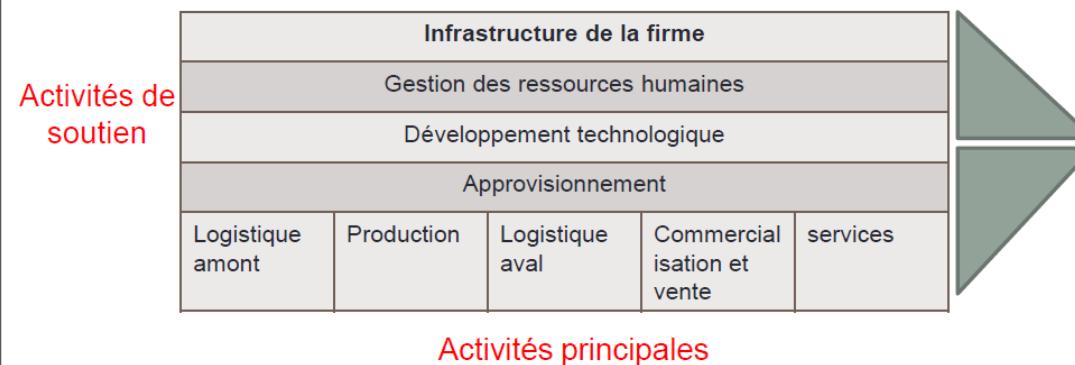
1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

- Chaîne de valeur de Porter

Analyser les forces et les faiblesses au niveau de chaque activité

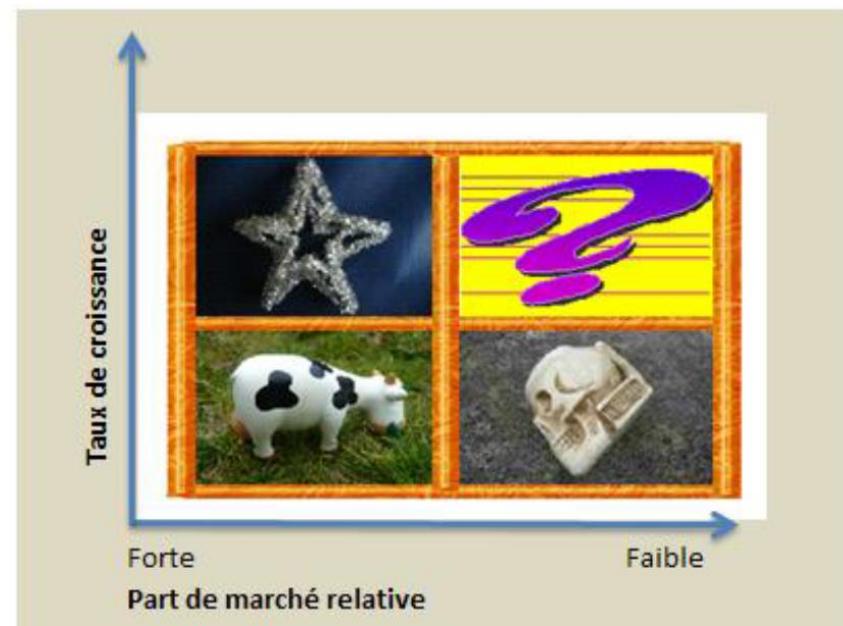
Permet d'identifier les lieux de création de valeur pour ses clients et les sources de l'avantage concurrentiel de l'entreprise



1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

- Matrice BCG - Mapping



1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

- Matrice BCG -

Exemple groupe
Mulliez

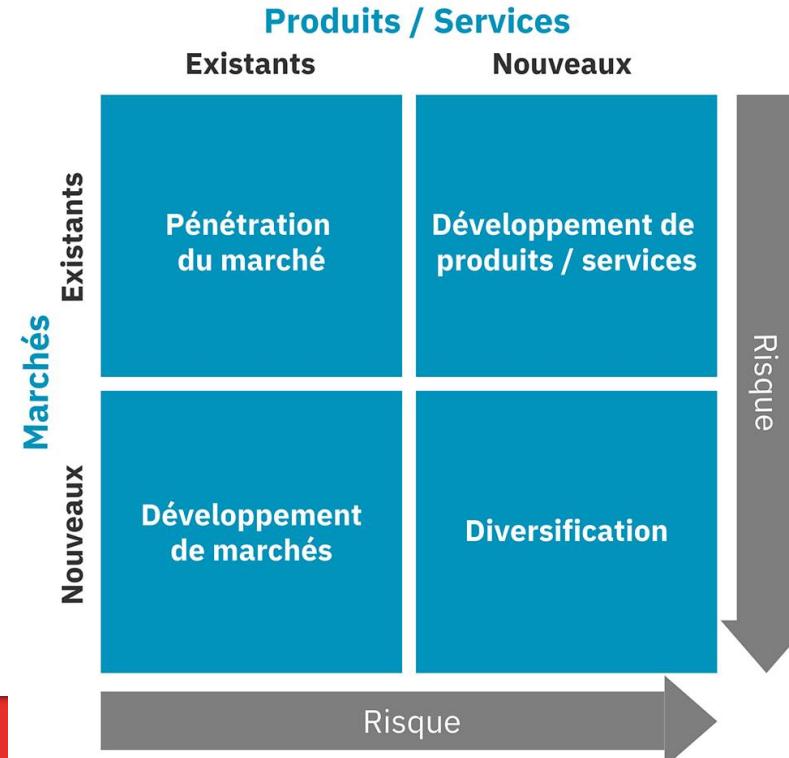
MATRICE BCG MULLIEZ

		PART DE MARCHÉ RELATIVE	
		Cash generation	
		FORTE	FAIBLE
TAUX DE CROISSANCE DU MARCHÉ Cash usage	FORTE	Vedettes Pénétration du marché et taux de croissance ++ OneyBank, Ceetrus, Groupe ADEO, Décathlon, Boulanger, Cultura	Dilemmes Pénétration du marché faible, mais marché en croissance ++
	FAIBLE	Vaches à lait Pénétration du marché +- taux de croissance -- Auchan Retail, Electro Dépot, Agapes Restauration	Poids morts Pénétration du marché -- dans un marché où la croissance -- Fashion Cube, Alinéa, Phildar, Saint Maclou, Mobivia

1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

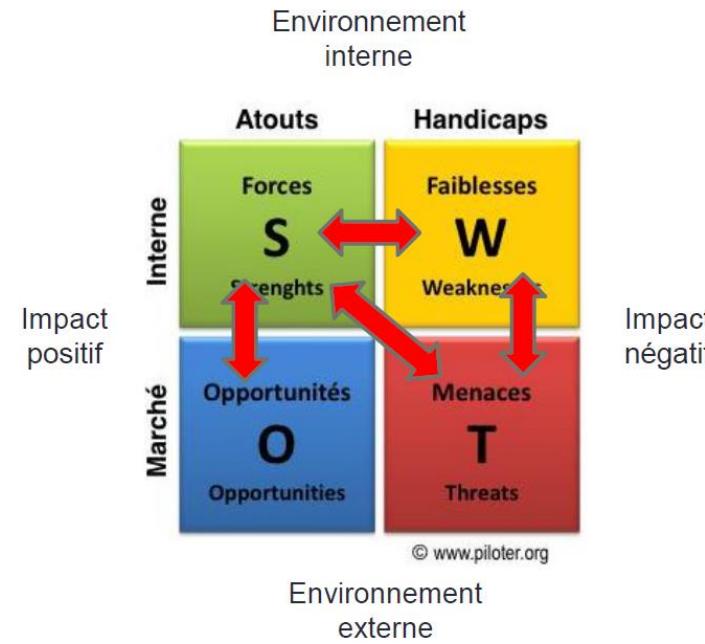
- Matrice d'Ansoff



1, ANALYSE DU MARCHÉ

1,3 L'analyse stratégique pour aboutir aux choix

BILAN : le SWOT



Il s'agit d'une synthèse du diagnostic !

Ne reprend que les points essentiels et précis (5-6) : ne pas établir une longue liste de forces, faiblesses, opportunités, menaces !