

## SÉANCE N°5 – DIAGNOSTIC DE MARCHÉ

Ressource : Gestion de Projet et des Organisations (GPO 1.1)

---

### ÉTUDE DE MARCHÉ

---

#### Vidéo (1'54) – L'étude de marché

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=VgwHRLFn2PU>

#### Questions

1. Quels objectifs possède l'étude de marché ?
2. Quelles sont les principales étapes de l'étude de marché ?
3. Quel sont les intérêts de chacune des étapes de l'étude de marché ?

#### Vidéo (3'52) – Étude de marché – 8 règles d'or

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=m5V39ojrfWk>

#### Questions

1. Quelles sont les 8 règles d'or pour réussir une étude de marché ?
2. Pourquoi une étude de marché est-elle de moins en moins valable sur le long terme ?

#### Réflexion sur l'étude de marché

En mobilisant le cours (notamment le PESTEL), vos connaissances et votre réflexion personnelle, quels environnements interviennent dans l'élaboration d'une étude de marché et pourquoi ?

### NOUVELLE AVENTURE POUR NETFLIX DANS LE JEU VIDÉO.... OU PAS ?

---

#### Article : Netflix voudrait se lancer dans le jeu vidéo, une mauvaise idée selon certains experts

Publié sur Business Insider France par Ben Gilbert le 1 juin 2021

Avec plus de 200 millions d'abonnés payants dans le monde, Netflix est un mastodonte absolu. Le géant du divertissement en streaming a réussi à passer du statut de startup qui payait pour obtenir le droit de diffuser les contenus des autres à celui d'acteur majeur d'Hollywood, investissant des dizaines de millions de dollars dans ses propres productions. Alors, quelle est la prochaine étape pour Netflix ? La réponse à cette question, du moins en partie, semble être les jeux vidéo.

Selon un article récent de The Information, Netflix est à la recherche d'un responsable des jeux vidéo pour l'aider à développer son initiative dans ce domaine. Si la société a reconnu son intérêt pour le divertissement interactif, elle n'a pas encore décidé ce que cela signifierait en pratique. [...] Si nous ne savons pas encore grand-chose des projets de Netflix, une chose est claire pour l'instant : si Netflix s'implique dans les jeux vidéo, il est presque certain que la société échouera. *"Je pense qu'ils vont essayer, et je pense qu'ils vont échouer"*, a déclaré Michael Pachter, directeur général du fonds d'investissement Wedbush, à Insider. *"C'est difficile de faire des jeux"*. En effet, l'industrie du jeu vidéo est une activité très risquée, et même des studios bien établis, dotés de talents de premier plan et d'années d'expérience, font régulièrement faillite. *"Nous avons les échecs de THQ, Midway, Acclaim, 3DO, BAM, Eidos, Atari, Infogrames, Interplay, et probablement quelques autres pour illustrer à quel point c'est difficile"*, a déclaré Michael Pachter. *"Je ne vois pas comment Netflix pourrait penser qu'ils peuvent développer et vendre des jeux"*.

Joost van Dreunen, auteur de "One Up : Creativity, Competition, and the Global Business of Video Games", s'est fait l'écho du scepticisme de Michael Pachter. *"Les grandes entreprises technologiques sont nulles en matière de jeux"*, a-t-il déclaré à Insider. [...].

### **Aucun géant de la tech n'est un acteur majeur du marché**

Google, Amazon et Facebook ont investi des centaines de millions de dollars dans les jeux au cours de la dernière décennie, mais aucun n'est un acteur majeur du marché des jeux vidéo. *"Ils considèrent que la distribution passe avant le contenu"*, a déclaré Joost van Dreunen, *"et c'est le contraire qui se produit."* Au lieu de créer des jeux vidéo et de construire des marques appréciées, ils se sont largement concentrés sur la mécanique de la façon dont vous achetez et accédez à ces jeux [...].

Pour Netflix, qui a l'avantage de posséder une franchise populaire comme "Stranger Things" qui pourrait se prêter à des adaptations en jeux vidéo, un autre problème existe. *"Construire des jeux à partir d'une propriété intellectuelle détenue est également super difficile"*, a déclaré Michael Pachter. *"Disney a échoué au moins trois fois en essayant de le faire, et sa marque est beaucoup plus forte que celle de Netflix."* Au cours des dernières années, les plus grandes propriétés de Disney — des personnages de Marvel à la franchise "Star Wars" — ont trouvé le succès dans le domaine des jeux grâce à Disney qui a largement cédé le contrôle créatif aux grands éditeurs de jeux vidéo.

### **Netflix pourrait suivre un modèle similaire et potentiellement trouver le succès.**

La société pourrait aussi créer un service de streaming de jeux à succès qui tirerait parti de son service de streaming existant. Elle pourrait passer des années, et dépenser des centaines de millions de dollars, pour faire de ses marques des franchises de jeux majeures. Ou encore, elle pourrait s'imposer en investissant des milliards de dollars dans un grand éditeur de jeux comme EA ou Ubisoft, un peu comme Amazon a récemment acheté MGM Studios, mais pour les jeux. Cela nécessiterait un engagement institutionnel majeur et à long terme de la part de Netflix, en plus d'investissements financiers importants.

*"Il faut avoir l'estomac"*, a déclaré Joost van Dreunen. Par exemple, si vous regardez Google et Amazon, ils n'ont tout simplement pas les chiffres internes ou la compréhension du secteur pour dire : *"Oui, vous savez ce que nous devrions faire ? Dépenser 10 milliards de dollars pour vraiment percer"*. Pour sa part, Netflix n'a pas encore détaillé ses plans de jeu — mais la société reconnaît l'intérêt signalé pour un investissement plus important dans le jeu vidéo à l'avenir.

*"Nos membres apprécient la variété et la qualité de notre contenu"*, a déclaré l'entreprise dans un communiqué. *"Les membres aiment aussi s'engager plus directement dans les histoires qu'ils aiment — à travers des émissions interactives comme 'Bandersnatch' et 'You vs Wild', ou des jeux basés sur 'Stranger Things', 'La Casa de Papel' et 'A tous les garçons'"*. Nous sommes donc enthousiastes à l'idée de faire plus avec le divertissement interactif.

### **Questions**

3. Pourquoi Michael Pachter semble-t-il si catégorique à l'échec de Netflix dans le jeu vidéo ?
4. Pour quelle raison les géants de la technologie échouent dans le marché du jeu vidéo ?
5. Dans l'environnement légal des entreprises, quel avantage et inconvénient la propriété intellectuelle possède-telle ?
6. Quel type de produit Netflix met-il en avant pour avancer sa confiance dans sa réussite dans le marché du jeu vidéo ?
7. Citez des lancements de consoles réussis et ratés dans le secteur du jeu vidéo ou de l'informatique. Pourquoi sont-ils des échecs ou des succès ?

## RÉUSSIR LE LANCEMENT D'UN NOUVEAU PRODUIT

---

Article Académique : Armstrong G. & Kotler P. (2016), *Principes de marketing*. Pearson.

« Le processus de développement d'un nouveau produit compte huit étapes. Tout commence par la recherche d'idées. Vient ensuite l'étape du filtrage, qui permet d'en réduire le nombre en fonction de certains critères propres à l'entreprise. Les idées retenues servent alors à l'élaboration d'un concept, version détaillée placée sous l'angle des bénéfices clients. À l'étape suivante, on teste le concept auprès d'un groupe de consommateurs appartenant au marché cible, afin de vérifier s'il les séduit suffisamment. Une fois le concept validé, il faut élaborer une stratégie marketing appropriée en vue du lancement. L'analyse économique consiste ensuite à prévoir les ventes, les coûts et les bénéfices futurs du produit, afin de déterminer si ces chiffres sont conformes aux objectifs de l'entreprise. Si cette analyse s'avère concluante, on passe à l'élaboration de produit, avant de mettre éventuellement en œuvre un test de marché et de procéder au lancement. » — Armstrong et Kotler (2016, p. 283)

### Questions

1. Quelles sont les étapes essentielles pour réussir le lancement d'un nouveau produit selon les auteurs Armstrong et Kotler ?
2. Quelles erreurs est-il possible de faire lors du filtrage des idées d'un nouveau produit ?
3. Pourquoi est-il essentiel de tester le produit avant son lancement ?
4. Pourquoi l'étape de lancement est-elle capitale pour le succès d'un produit ?

---

## CONTENU EXTRA

---

### ÉTAPES DE LA MISE SUR LE MARCHÉ D'UN MÉDICAMENT

---

**Vidéo (3'07) – Les étapes clés de l'accès au marché d'un médicament**

Lien de la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=QLGgDi652b8>

### Questions

1. Avant son lancement sur le marché, quelles sont les étapes que doit suivre un médicament pour être validé ?
2. Comment qualifiez-vous l'environnement légal vis-à-vis du marché du médicament en France ?
3. Quel macro-environnement issu du modèle PESTEL peut faire barrage à l'adoption d'un médicament des bénéfices attestés par les instances médicales ?
4. Quelle est la durée moyenne d'accès au marché pour un médicament ?

### ÉTAPES DE CRÉATION D'UN JEU VIDÉO

---

**Vidéo (19'12) – 7 étapes pour créer un jeu vidéo**

Lien de la vidéo : [https://www.youtube.com/watch?v=GqJ\\_hSI2idw](https://www.youtube.com/watch?v=GqJ_hSI2idw)

### Questions

1. Quelles sont les étapes de la création d'un jeu vidéo avant son lancement ?
2. Quels sont les objectifs de chacune de ces étapes ?
3. Au-delà du jeu vidéo, citez des produits ou des services possédant des étapes de création aussi complexes ou détaillées.