

IDENTIFICATION DE L'ENQUÊTEUR

SECTION 1 : ANALYSE DE L'OFFRE

1. Disponibilité des marques et types de produits

- Q08 : Quelles marques de champagne proposez-vous actuellement ?
 - Q09 : Quelles marques sont les plus demandées par vos clients ?
 - Q10 : Avez-vous observé une augmentation ou une diminution de la demande pour certaines marques récemment ?
 - Q11 : Quels types de champagnes proposez-vous (brut, demi-sec, rosé, millésimé, etc.) ?
 - Q12 : Pouvez-vous estimer le volume de champagne vendu mensuellement (en cartons ou bouteilles) ?
 - Q15 : Quels sont, selon vous, les facteurs influençant actuellement la consommation de champagne (prix, tendances, campagnes marketing) ?
-

SECTION 2 : STRATÉGIES DE DISTRIBUTION

2. Canaux et logistique

- Q16 : Qui sont vos principaux fournisseurs ? (Merci de les citer)
 - Q17 : Quelle est la fréquence de vos réapprovisionnements ?
 - Q18 : Quel est le délai moyen entre commande et livraison ?
 - Q19 : Quelles sont les principales contraintes logistiques que vous rencontrez (coûts, délais, disponibilité) ?
 - Q20 : Qui sont vos principaux clients (petits détaillants, supermarchés, restaurants, bars, etc.) ?
 - Q21 : Proposez-vous du champagne sur des plateformes en ligne (e-commerce) ?
 - Q22 : Quelle est votre perception des ventes en ligne dans ce secteur ?
 - Q23 : Quels sont les principaux défis logistiques (transport, stockage, ruptures de stock) ?
-

SECTION 3 : ANALYSE DES PRIX

3. Politique tarifaire et compétitivité

- Q26 : Quels sont les prix moyens des différentes gammes de champagne (entrée de gamme, milieu de gamme, haut de gamme) ?
- Q27 : Quelle est la gamme de champagne que vos clients préfèrent ?

- Q28 : Quels facteurs influencent le prix (coûts d'importation, taxes, marges bénéficiaires) ?
 - Q33 : Quelle gamme de produits se vend le mieux ?
 - Q34 : Les variations de prix influencent-elles fortement la consommation de champagne ?
 - Q36 : Quels sont, selon vous, les principaux facteurs influençant la consommation de champagne ?
-

SECTION 4 : CONTEXTE DE CONSOMMATION

4. Profil et comportements des consommateurs

- Q37 : Selon votre expérience, quelles sont les principales catégories de clients finaux (âge, sexe, niveau de revenu) ?
 - Q39 : Quels sont les principaux moments ou événements de consommation (fêtes, mariages, événements professionnels) ?
 - Q41 : Quels lieux se démarquent comme points clés de consommation de champagne ?
-

SECTION 5 : CONCURRENCE ET OPPORTUNITÉS

5. Analyse de la concurrence et identification des opportunités

- Q43 : Quelles autres marques ou types de boissons rivalisent directement avec le champagne (vins mousseux, spiritueux, bières de luxe) ?
 - Q45 : Percevez-vous une demande insatisfaite pour certaines gammes ou types de champagne ?
 - Q46 : Quels segments de clientèle mériteraient d'être davantage ciblés ?
 - Q47 : Quels conseils ou suggestions donneriez-vous à une nouvelle marque souhaitant entrer sur le marché (en termes de gamme, positionnement et marketing) ?
-

IDENTIFICATION DE L'ENQUÊTE :