

GUIDE D'ENTRETIEN INDIVIDUEL POUR L'ANALYSE DU MARCHÉ DU CHAMPAGNE

AU CAMEROUN

(Ciblant les professionnels des clubs, bars, hôtels, restaurants, supermarchés, Event planner, supérettes, grossistes et grands détaillants)

INTRODUCTION

Présentation

- **Bonjour, je suis [Votre nom] et je travaille pour Média Intelligence. Nous menons une étude sur les produits de grande consommation Cameroun afin de mieux comprendre habitudes et les attentes du marché. Votre participation est très importante pour nous.**
- Média Intelligence est un cabinet indépendant opérant dans la prestation de service (Étude de marché) ; depuis 2007, nous accompagnons les entreprises en Afrique Centrale dans la transformation de la masse de données en informations exploitables, et ces informations en décisions stratégiques. Nous menons actuellement une étude sur la consommation de champagne au Cameroun.

L'objectif de cette étude est d'analyser le marché du champagne au Cameroun pour identifier les opportunités de développement : Comprendre la dynamique du marché du champagne au Cameroun, Collecter des informations sur les marques, les prix, la distribution, les besoins, les préférences et attente des consommateurs.

Cet entretien nous prendra en moyenne 30 - 40 minutes. Nous vous rassurons que les données collectées dans le cadre de cet entretien sont strictement confidentielles et seront traitées dans l'anonymat.

INSTRUCTIONS : VEUILLEZ RÉPONDRE À TOUTES LES QUESTIONS EN COCHANT LA OU LES RÉPONSES APPROPRIÉES ET EN FOURNISSANT DES INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES LORSQUE CELA EST DEMANDÉ. (ENQUÊTEUR)

SECTION 1 : INFORMATIONS GÉNÉRALES DU PDV

Q1. Identification de la cible

TYPE		NOM DU POINT DE VENTE

Event planner	1	
---------------	---	--

Enquêteur : Cochez et nommez le type de point de vente correspondant

Q2. Localisation : Ville, Quartier, Lieu précis.

Q3. Quelle est l'année d'ouverture ou premier année d'activité?

SECTION 2 : RÔLE DU CHAMPAGNE DANS LES ÉVÉNEMENTS

Q4. Pour quels types d'événements le champagne est-il le plus souvent commandé ? (Mariages, anniversaires, événements d'entreprise, cérémonies traditionnelles, etc.)

Q5. Est-ce un produit incontournable pour certains types d'événements ?

SECTION 3 : DEMANDE ET BUDGET DES CLIENTS

Q6. Quelle est la fréquence des demandes de champagne dans vos événements ?

Q7. Quel budget moyen les clients allouent-ils à l'achat de champagne ?

Q8. La demande pour le champagne est-elle en hausse, stable ou en baisse ces dernières années ?

Q9. Y a-t-il une saisonnalité dans la demande de champagne ? (Périodes de forte demande, comme les fêtes de fin d'année, les vacances, etc.)

SECTION 4 : CHOIX DES MARQUES ET DES TYPES DE CHAMPAGNE

Q10. Quelles sont les marques de champagne les plus demandées ?

Q11. Les clients préfèrent-ils des champagnes de luxe ou des marques plus abordables ?

SECTION 5 : ACHAT ET APPROVISIONNEMENT

Q12. Comment vos clients achètent-ils généralement leur champagne ? (Via vous, directement chez un distributeur, en supermarché, en importation privée, etc.)

Q13. Travaillez-vous avec des fournisseurs ou distributeurs spécifiques pour l'approvisionnement en champagne ?

Q14. Quels sont les principaux critères de sélection du champagne pour un événement (prix, notoriété de la marque, disponibilité, packaging, etc.) ?

SECTION 6 : INFLUENCE DES TENDANCES ET RECOMMANDATIONS

- Q15. Avez-vous remarqué une évolution des tendances de consommation de champagne dans les événements ?
- Q16. Comment le champagne pourrait-il être mieux intégré ou promu dans les événements haut de gamme et populaires ?

SECTION 8 : DEFIS ET OPPORTUNITES DU MARCHE

- Q17. Quels sont les principaux défis liés à l'achat et à la gestion du champagne dans les événements ? (Coût, disponibilité, conservation, logistique, contrefaçon, etc.)
- Q18. Y a-t-il une opportunité pour de nouvelles marques ou de nouvelles offres (formats, packaging, partenariats avec les organisateurs d'événements) ?
- Q19. Quel serait, selon vous, le meilleur levier pour augmenter la consommation de champagne dans les événements au Cameroun ?

IDENTIFICATION DU REpondant

- Q20. Numéro de téléphone :
- Q21. **Prenez une photo**

CLÔTURE

Nous vous remercions pour votre temps et surtout à vos différentes réponses apportées. Nous vous rappelons une fois de plus qu'aucune des informations ne partagées et ceux-ci seront traitées dans l'anonymat