**L’étude de marché**

**L’étude de marché consiste à** **connaître les grandes tendances du marché ainsi que ses acteurs et vérifier l'opportunité de se lancer**

 **Quelles sont les grandes tendances du marché ?**  
Il s'agit tout d'abord de clairement identifier votre marché :  
- marché des entreprises, des particuliers, des loisirs, des biens de grande consommation ?  
- marché en développement, en stagnation, en déclin ?  
- que représente-t-il en volume de vente et en chiffre d'affaires ?

**Qui sont les acheteurs et les consommateurs ?**  
Quels sont leurs besoins ?  
Comment achètent-ils ?  
Où vivent-ils ?  
Comment se comportent-ils ?...

**Qui sont les concurrents ?**  
Combien sont-ils ?  
Où sont-ils ?  
Que proposent-ils ?  
A quels prix ?...

**Quel est l'environnement de mon marché ?**  
Il s'agit ici d'identifier :  
- les processus d'innovation et les évolutions technologiques de votre marché,  
- son cadre réglementaire et législatif (autorisations requises, taxes à payer, diplôme à posséder, identification des prescripteurs, ...)

**Quelles sont les contraintes de mon marché et les clefs de succès ?**

Quelles sont les opportunités et les menaces éventuelles ?

**Y-a-t-il, oui ou non, une opportunité pour que mon projet réussisse ?**  
Votre projet a-t-il sa place sur le marché ?  
Va-t-il apporter un "plus" par rapport à la concurrence ?  
Va-t-il répondre à un besoin non encore couvert par la concurrence ?