

CHECK LIST ÉTUDE DE MARCHÉ



Pour vous guider dans vos recherches, voici les principaux points à étudier pour élaborer votre étude de marché indispensable à votre projet d'entreprise.

Le marché

- Identifier le type de marché
 - de niche
 - concurrentiel
 - émergent
 - en croissance
 - en déclin ...
- Définir la taille du marché
 - local / national
 - volumes des ventes
 - chiffre d'affaires ...
- Analyser les évolutions du marché
 - avancées technologiques ...
- Identifier les barrières à l'entrée
 - réglementation
 - autorisations spécifiques
 - besoins financiers ...
- Autres

La clientèle ciblée (la demande)

- Répertorier les caractéristiques démographiques
 - âge
 - sexe
 - CSP
 - revenu moyen ...
- Identifier les besoins du consommateur, le taux d'équipement ...
- Étudier la sensibilité
 - au prix
 - à la qualité
 - à la quantité ...
- Observer le mode et les habitudes de consommation
- Analyser les comportements d'achat
 - impulsifs/réfléchis
 - à distance/sur place ...
- Définir la zone de chalandise
 - d'où viennent les clients ?
 - où habitent-ils ? ...
- Autres

La concurrence (l'offre)

- Identifier la concurrence existante ainsi que les potentiels nouveaux entrants sur le marché
 - entreprises
 - localisation
 - type de produits
 - chiffres d'affaires ...
- Étudier la stratégie de la concurrence, ses spécificités
 - quels sont leurs atouts, leurs faiblesses ?
 - quelle est leur image ?
 - quelles sont leurs parts de marché ?
 - quels prix pratiquent-ils ?
 - quel est leur mode distribution ?
 - comment communiquent-ils ?
- Identifier vos avantages concurrentiels
 - produit
 - gamme
 - prix
 - distribution
- Autres