

# L'étude de marché

Seladji Yasmine

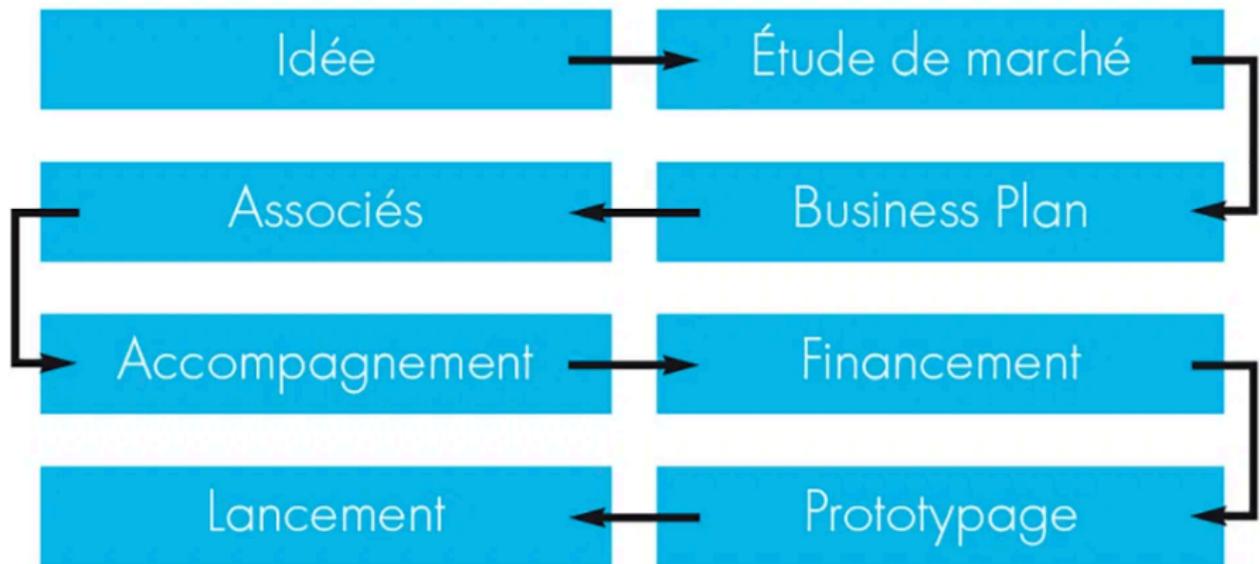
4 mars 2023

# Introduction



# Les étapes de création

Les étapes de création d'une startup :





**Le marché est roi** : C'est lui qui transformera votre projet de startup en succès ou pas.

L'étude du marché permet de :

- Comprendre précisément les attentes du marché (clients).
- Mesurer les besoins des futures clients.
- Valider l'intérêt du projet.
- Construire une offre adaptée.
- Trouver une stratégie de marketing.
- Évaluer la faisabilité du projet.

Les étapes de l'étude du marché :

- Définir son marché.
- Analyser la demande.
- Analyser l'offre.
- Analyser l'environnement du projet.

**1 ) Définir son marché** : réaliser une photographie générale du marché.

- **L'identification du marché et ses évolutions.**
  - Sur quel marché votre entreprise va-t-elle évoluer ?
  - Qui seront vos clients ou vos utilisateurs (le client, celui qui paye, n'est pas nécessairement l'utilisateur) ?
  - Quelle est la dimension géographique du ou des marchés que vous souhaitez cibler ?
  - Quelles sont les évolutions du marché en valeur et en volume ?

**1 ) Définir son marché** : réaliser une photographie générale du marché.

- L'identification du marché et ses évolutions.
- **Trouver Les produits ou services directement ou indirectement concurrents**
  - Rechercher quels sont les produits qui seront les concurrents directs de votre produit.
  - Identifier les concurrents indirectes, c'est-à-dire qui peuvent se substituer à votre produit.

**1 ) Définir son marché** : réaliser une photographie générale du marché.

- L'identification du marché et ses évolutions.
- Trouver Les produits ou services directement ou indirectement concurrents.
- **Définir les acteurs**
  - la définition des principaux acteurs est importante pour une connaissance pointue de votre marché.
  - Les concurrents.
  - Les clients.
  - Les utilisateurs.
  - Les prescripteurs.

**2 ) Analyser la demande** : obtenir davantage d'informations pour pouvoir, par la suite, prendre des décisions.

- Étudier l'évolution globale de la demande.
  - Quelle est la taille du marché et quelles sont les quantités vendues ?
  - Quel est le nombre de clients sur le marché ? Comment ce chiffre évolue-t-il ?

**2 ) Analyser la demande** : obtenir davantage d'informations pour pouvoir, par la suite, prendre des décisions.

- Étudier l'évolution globale de la demande.
- **Étudier le comportement du client et de l'utilisateur.**
  - A quelle occasion achète-t-il (le client) ou utilise-t-il (l'utilisateur) le produit et/ou le service que vous proposez ? Comment ? Où ? Pourquoi ?
  - Sont-ils satisfaits ?
  - Quelles sont leurs motivations ? Quels sont leurs freins ?
  - Quelle est leur perception du produit et/ou du service ?
  - Quelles sont les caractéristiques du produit et/ou du service qui pourraient favoriser l'acte d'achat ou d'utilisation ?

**2 ) Analyser la demande** : obtenir davantage d'informations pour pouvoir, par la suite, prendre des décisions.

- Étudier l'évolution globale de la demande.
- Étudier le comportement du client et de l'utilisateur.
- **Étudier la segmentation de la demande.**
  - Sélectionner parmi l'ensemble de vos clients (et/ou utilisateurs) identifiés lesquels cibler en premier lieu pour commercialiser votre produit ou votre service.
  - Pour les particuliers utiliser des critères distinctifs tels que : le sexe, les critères socio-démographiques, les modes et styles de consommation.
  - Pour les entreprises : les effectifs, l'activité, le chiffre d'affaires, l'implantation, etc.

**3 ) Analyser l'offre** : une analyse fine de l'offre vous permettra d'établir plus précisément votre stratégie.

- **L'analyser l'évolution globale de l'offre**
  - Présentez les différents produits (et/ou services) .
  - Définir les entreprises présents sur le marché ainsi que les leaders.

**3 ) Analyser l'offre** : une analyse fine de l'offre vous permettra d'établir plus précisément votre stratégie.

- Analyser l'évolution globale de l'offre.
- **Analyser les caractéristique de l'offre et des entreprises concurrentes.**
  - Qui sont-ils ? Où sont-ils ?
  - Que proposent-ils ? A quels prix ?
  - Comment vendent-ils ? Quels sont leurs résultats financiers ? A qui vendent-ils ?
  - Comment communiquent-ils ? Quels sont leurs avantages concurrentiels ?
  - Quelle est leur part de marché ?
  - Les clients / utilisateurs sont-ils satisfaits ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet** : identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- **l'analyse politique.**
  - Quelle est la stabilité politique ?
  - Existe-t-il des tensions particulières ?
  - Quel est le régime en place ?
  - Quelle est la politique en matière de fiscalité, de commerce, de startup etc. ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet** : identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- l'analyse politique.
- **l'analyse économique.**
  - Quelle est la conjoncture économique actuelle ?
  - Quel est le taux de chômage ?
  - Quelle est le revenu disponible ? Quelle est son évolution ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet :** identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- l'analyse politique.
- l'analyse économique.
- **l'analyse sociale.**
  - Quelle est la culture ?
  - Quelles sont les valeurs et les normes ?
  - Quel est le niveau d'éducation ?
  - Comment évolue la démographie ?
  - Quelles sont les habitudes de consommation ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet :** identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- l'analyse politique.
- l'analyse économique.
- l'analyse sociale.
- **l'analyse technologique.**
  - Quelles sont les évolutions technologiques à venir ?
  - Sont-elles fréquentes ?
  - Quels secteurs sont-ils concernés ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet** : identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- l'analyse politique.
- l'analyse économique.
- l'analyse sociale.
- l'analyse technologique.
- **l'analyse écologique.**
  - Quelle est la sensibilité aux enjeux du développement durable ?
  - Quelles sont les mesures prises en faveur de l'environnement ?
  - Quel traitement est réservé aux déchets ?

**4 ) Analyser l'environnement du projet** : identifier les facteurs qui peuvent avoir une influence favorable ou non sur votre marché et sur votre activité.

- l'analyse politique.
- l'analyse économique.
- l'analyse sociale.
- l'analyse technologique.
- l'analyse écologique.
- l'analyse juridique et légale.
  - Quelle est la législation qui encadre votre activité ?
  - Comment peut-elle évoluer ?
  - Quel est le rôle des pouvoirs publics ?
  - Quel est le rôle des groupes d'influence et des organisations professionnelles ?

pour chaque étape de la réalisation de votre étude de marché, vous pouvez suivre la démarche suivantes :

- 1 La recherche d'informations :
  - Rechercher les informations existantes.
  - Réaliser un questionnaire
  - Réaliser des entretiens

pour chaque étape de la réalisation de votre étude de marché, vous pouvez suivre la démarche suivantes :

- 1 La recherche d'informations.
- 2 Faire la synthèse et analyser les informations recueillies.
  - Vérifier la véracité des informations.
  - Dépouiller le questionnaire
  - Analyser les réponses des entretiens

pour chaque étape de la réalisation de votre étude de marché, vous pouvez suivre la démarche suivantes :

- 1 La recherche d'informations.
- 2 Faire la synthèse et analyser.
- 3 Rédiger le rapport. les informations recueillies.
  - Identifier les opportunités et les risques du marché.
  - Définir les clefs de succès et les contraintes du marché

pour chaque étape de la réalisation de votre étude de marché, vous pouvez suivre la démarche suivantes :

- 1 La recherche d'informations.
- 2 Faire la synthèse et analyser.
- 3 Rédiger le rapport.
- 4 Estimer le chiffre d'affaires prévisionnel les informations recueillies.
  - Prendre plusieurs hypothèses
  - Etablir ses comptes prévisionnels