

L'étude de marché

1. Définition

Un travail de collecte et d'analyse d'information constitue une étude de marché. Il s'agit d'identifier les caractéristiques d'un marché.

Deux facteurs interviennent et sont mis en jeu :

1. La concurrence

Il s'agit de relever leurs forces et leurs faiblesses tels que la capacité de production et de commercialisation, types de vente, nature leurs produits,...) ;

Quelles sont les conditions accordées aux clients (règlement, délais de livraison, service après vente,...), comme l'a signalé Zammar, 2012.

Contactter les chambres de commerce pour avoir des informations, des associations, des concurrents, , de leurs clients et de leurs fournisseurs.

2. Les fournisseurs

Sur la base de leurs prix mais aussi sur la qualité de leurs produits que le choix des futurs fournisseurs de l'entreprise doit pas se faire, Zammar, 2012.

Références

Zammar R. 2012 - Cours d'entreprenariat. Université Mohamed V – Agdal – Rabat (Maroc **Zammar R. 2012**