

L'étude de marché

L'étude de marché va vous aider à définir la faisabilité, la rentabilité de votre projet et l'opportunité de vous lancer tout en réduisant les risques.

Réaliser une étude de marché permet de prendre la température réelle du terrain en s'interrogeant sur l'environnement dans lequel s'inscrit votre future entreprise. Connaître les grandes tendances et les différents acteurs du marché dans lequel on souhaite se positionner est un atout considérable pour le futur entrepreneur. Elle crédibilise votre démarche auprès des différents partenaires à solliciter. En bref, elle permet de recueillir, traiter et analyser des informations concernant :

- vos produits et services (caractéristiques, usage, prix de vente, conditionnement, performance...)
- votre marché (chiffre d'affaires, volumes des ventes, zone géographique, santé du marché, cadre réglementaire et législatif, opportunités et menaces...)
- votre segment de clientèle (attentes, comportements d'achat, pouvoir d'achat, profil...)
- vos fournisseurs (localisation géographique, prix, délais de livraison, délais de paiements...)
- vos concurrents (chiffre d'affaires, zone de chalandise, prix pratiqués...)

Une fois ces données recueillies, il s'agit d'analyser les résultats de son étude afin de prendre les bonnes décisions. Dès lors, il sera plus facile pour vous de définir votre stratégie commerciale structurée autour des questions relatives au produit, au prix, au réseau de distribution et à la communication, soit le « mix marketing ». La stratégie commerciale doit permettre d'adapter votre produit ou service à la demande et de se positionner clairement par rapport à la concurrence. Il vous faudra fixer des objectifs réalistes, déterminer votre chiffre d'affaires et envisager les actions commerciales inhérentes (actions de prospection, de fidélisation, de réalisation d'outils de vente ou de communication par exemple). L'ensemble des éléments recueillis devra figurer dans un document écrit précisant officiellement la stratégie souhaitée par l'entreprise, afin de servir de référence.

Pour réaliser son étude de marché, deux possibilités s'offrent à vous : soit, vous réalisez vous-même votre étude, soit, vous faites appel à des spécialistes. Dans le premier cas, vous devez faire attention à être extrêmement rigoureux et suivre une démarche ordonnée et structurée en ayant recours à des sources d'informations fiables et des données actualisées. Il est également conseillé de réaliser des enquêtes auprès de personnes ressources. Pensez à croiser les sources pour davantage d'exhaustivité.

Vous souhaitez des informations sur...	Contactez...
Lieu d'implantation	DDE, mairies
Concurrence	CCI de Bordeaux, Chambre des Métiers et de l'Artisanat, www.societe.com , www.aef.cci.fr
Secteurs d'activité	APCE, CEGOGEB, www.aquieco.com
Consommation des ménages	CREDOC, INSEE, NIELSEN, SECODIP
Démographie d'entreprises	Sirene
Données démographiques	INSEE, Mairies

La rédaction de l'étude répond à un plan organisé en plusieurs parties :

- la page de garde : nom de l'entreprise, date, secteur ciblé
- le sommaire

- la synthèse : présentation des principaux résultats de l'étude (opportunités et menaces) et des orientations inhérentes
- la méthodologie de l'étude : présentation de la méthodologie de travail pour réaliser l'étude de marché (mode d'investigation, sources d'information, analyse des données...)
- les résultats : description détaillée de l'analyse du marché
- les opportunités et les menaces : diagnostic du marché au regard des résultats démontrés en amont et orientations stratégiques définies pour l'entreprise
- les annexes : recensement des documents ayant servi à réaliser l'étude

Si vous souhaitez faire appel à un prestataire extérieur, faites attention à ne pas vous détacher de l'analyse. Plusieurs interlocuteurs peuvent réaliser votre étude de marché : les cabinets d'études, les organismes d'accompagnement, les juniors entreprises, les associations d'étudiants et les sites Internet spécialisés comme www.creatests.com (réalisation de votre étude en ligne et réception gratuite des résultats partiels - intégralité des résultats payant, réalisation de devis en ligne).

Les tarifs pratiqués peuvent être différents d'une structure à l'autre. Des dispositifs d'aides financières peuvent vous aider à financer votre étude de marché dans les meilleures conditions.