

Les Cahiers du Marketing N° 6

Je réalise moi-même mon étude de marché



Objectifs de cet atelier:

Cet atelier a pour objectif de vous donner les moyens de réaliser vous-même l'étude de marché dont vous avez besoin pour prendre les bonnes décisions dans votre parcours vers la création de votre entreprise.

Il se compose de plusieurs éléments:

Les notes de méthode qui constituent la base de cet e-book

Le cahier d'exercice qui vous permettra de construire votre étude de marché

Les exemples et documents que vous découvrirez en cliquant sur les textes soulignés

L'appel au formateur: webmaster@aerograf.be



Commencez par ouvrir et télécharger le cahier d'exercice en cliquant sur le livre ouvert:



Attention aux idées reçues:

On me demande souvent « quelles sont les questions qu'il faut poser ? »
Sincèrement, je n'en sais rien !!!

En fait, il n'y a pas de questions-types: tout dépend de ce que vous savez déjà...
et de ce que vous voulez apprendre pour mieux prendre vos décisions.

L'étude de marché, c'est toujours du « sur-mesure »



Attention aux idées reçues:

On a tendance à confondre « étude de marché » et « questionnaire ». L'étude de marché ne consiste pas forcément à interroger des gens.

C'est d'abord à vous-même que vous devez poser des questions sur votre marché, sur vos clients, sur vos concurrents, sur vos fournisseurs ...

L'étude de marché, c'est aller chercher les réponses à vos questions, là où elles sont: dans une revue, sur internet, chez un expert, dans la tête de vos futurs clients... et parfois même dans la vôtre !



Au programme de cet atelier

Avez-vous vraiment besoin d'une étude de marché ?

Pour bien commencer: un peu de méthodologie

Première phase: l'approche documentaire

Deuxième phase: les enquêtes de terrain



Six façons d'aborder le terrain

Les trois objectifs de l'étude de marché

Votre étude de marché passe par 5 étapes

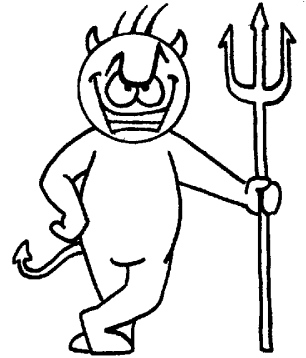
Propos de conclusion



Avez-vous vraiment besoin d'une étude de marché ?



**Je n'ai pas besoin
d'une étude de marché !**



Si ça marche pour les autres, ça doit marcher pour moi !

« Mes concurrents occupent ce créneau et ils sont contents !!! »

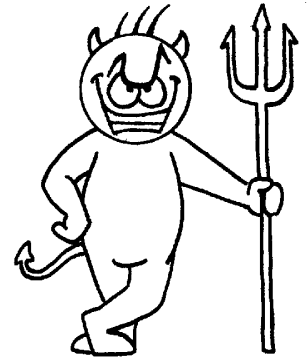
« On mangera toujours des frites !!! »

« Un magasin comme ça, ça rapporte 165 000 € par an ... »

« Pour une nouvelle boutique, il y a toujours des clients ! »

Qu'en pensez-vous ?

**Je n'ai pas besoin
d'une étude de marché !**



Ce produit était introuvable: on va se l'arracher !

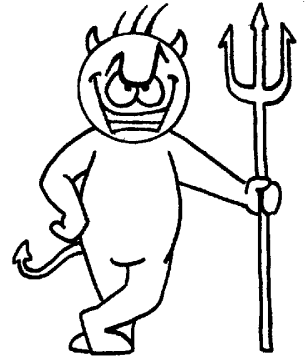
La crème glacée « Machin-Chose » qui ne se vend qu'aux USA

Le savon parfumé « Aphrodite » qui n'existe qu'en Grèce

Et dans l'autre sens ... les frites surgelées introuvables au Ruanda

Que répondriez-vous?

**Je n'ai pas besoin
d'une étude de marché !**



Ce n'est pas mon métier de questionner les gens dans la rue ...

Ca ne sert à rien puisqu'on ne peut pas savoir d'avance ...

Que peut-on répondre ?

**Ils s'en sont bien sortis sans
faire d'étude de marché !**



Pourquoi d'après vous ?

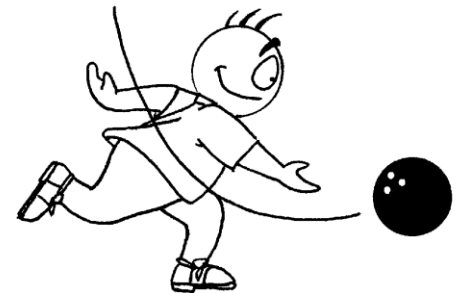
Non, rien ne vous oblige à faire une étude de marché !

L'important, c'est de comprendre comment votre projet pourra tenir la route face aux exigences du marché afin de ...

... **pouvoir adapter votre offre à temps**

... **connaître les nouvelles conditions de réussite**

... **vous évaluer par rapport à vos concurrents**



**Ce travail d'information,
personne ne le fera mieux que vous
pour votre entreprise !**



**Cette recherche de l'information pertinente,
c'est VOTRE étude de marché !**

[Retour au menu](#)

Pour bien commencer: un peu de méthodologie



Pour fixer les idées ...

L'étude de marché n'est pas faite pour tout savoir sur votre futur marché. Ce serait à la fois très long et parfaitement inutile.

Commencez par identifier les questions auxquelles il vous faut absolument une réponse pour monter votre projet... et sur lesquelles vous n'êtes pas assez bien renseigné.

Le contenu de l'étude varie donc d'une personne à l'autre: c'est du sur-mesure et les « questions-type » qu'il « faudrait poser » n'existent pas...

Votre première interrogation sera donc: « Qu'est-ce que cette étude de marché doit m'apprendre ? Qu'est ce que j'en attend précisément ? »

L'écran suivant vous aidera à formuler votre réponse.



Pour fixer les idées ...

Les informations dont vous avez besoin pour lever vos derniers jokers sont affaire d'appréciation personnelle: c'est du **sur mesure**. Pour fixer les idées, dites vous que vous avez droit à ...

Trois informations complémentaires sur vos concurrents

Quelles seraient ces informations ? Où les obtenir ?



Trois informations complémentaires sur vos futurs clients

Quelles seraient ces informations ? Où les obtenir ?

Quelles sont dans votre cas ces informations indispensables ?

Cette version de démonstration
ne comporte pas les chapitres suivants.
Dans les pages suivantes vous trouverez les « propos de
conclusion »



Propos de conclusion



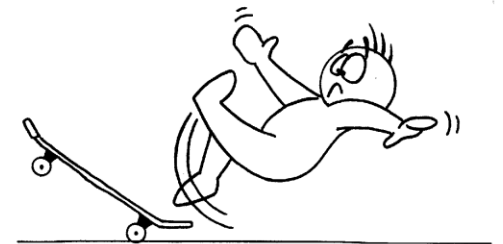
Ce que l'étude de marché ne vous dira pas

Votre étude de marché « maison » ne répondra pas à des questions du style:

- Aurons-nous plutôt 49% ou 51% des clients potentiels ?
- Sommes-nous certains à 100 % de réussir ?
- En combien de semaines atteindrons-nous le point-mort ?
- Quel sera précisément notre chiffre d'affaires dans 5 ans ?

L'étude de marché n'est pas votre gourou.

C'est un simple réducteur d'incertitudes.



La note d'étonnement

Pendant cette phase d'enquête, les observations intéressantes vont pleuvoir... Si vous ne notez pas tout ce qui vous surprend ou vous séduit, vous allez perdre cette information. Préparez donc des fiches de contact ou notes d'étonnement pour tout inscrire au fur et à mesure !

Note d'étonnement

date:

circonstances:

Ce qui m'a interpellé:

Points à exploiter:

Suite concrète à donner:



[Retour au menu](#)

Fin de l'atelier « Mon étude de marché » !!!



N'oubliez pas de terminer le cahier « Mon étude de marché».
Si vous ne l'avez pas téléchargé, faites le maintenant en cliquant sur le livre ouvert :



Contactez le formateur:
webmaster@aerograf.be

Ce cahier a été conçu
et réalisé par

Les Ateliers du Marketing

6, rue de Tourinnes

1325 Chaumont-Gistoux

webmaster@aerograf.be

Retrouvez-nous sur: www.aerograf.be

