

# Pimido

## Etude de marché

Une étude de marché consiste à vous mettre en situation en analysant un marché, afin de présenter votre étude comme un rapport convaincant destiné à répondre à différentes questions : qui intervient sur ce marché, quelles sont les habitudes liées à ce marché, quelles sont ses perspectives... ?

D'une manière générale, la qualité de votre étude de marché dépendra de sa clarté et de sa cohérence, de la qualité des données collectées et de votre capacité à les utiliser. In fine, l'étude de marché doit éventuellement permettre d'établir un diagnostic, souvent destiné à formuler une problématique puis une stratégie sur un marché.

Si l'étude de marché ne représente pas le facteur clé de succès d'un projet, elle permet malgré tout d'apprécier les risques liés à un marché et d'ajuster des décisions en fonction d'un environnement. L'étude de marché est donc un outil incontournable à toute stratégie.

Une étude de marché répond à l'analyse de quatre domaines :

- La définition du marché
- La demande
- L'offre
- L'environnement

### **La définition du marché :**

Cette première étape est essentielle pour l'étude de marché car elle doit constituer un socle pour l'ensemble de l'étude.

Il s'agit tout d'abord de définir le marché :

- L'identifier précisément (marché des 4x4, marché des alicaments...)
- Obtenir des données sur son évolution (stagnation, croissance, régression)

Ensuite, il convient de dresser une liste des produits ou services concurrents, ainsi que leur part de marché. Aussi, il s'agit de préciser les concurrents directs (proposant un produit similaire) comme les concurrents indirects (produits de substitution : le scooter et le métro sont par exemple des concurrents de la voiture).

Enfin, l'étude doit identifier les acteurs présents dans ce marché (concurrents, consommateurs, prescripteurs, producteurs, distributeurs...) et leur rôle.

N'hésitez pas à utiliser des tableaux et graphiques pour illustrer cette partie de l'étude, elle en ressortira d'autant plus claire.

### **La demande :**

Cette seconde étape, tout comme les suivantes, doit être plus précise afin de permettre d'obtenir un maximum d'informations sur le marché.

Pour analyser la demande, on retient 4 principaux critères, auxquels peuvent s'ajouter d'autres éléments pertinents, si nécessaire :

- Évolution globale de la demande en volume et valeur.
- Segmentation de la demande (qui sont les acheteurs : hommes, femmes, enfants, professionnels, étudiants, hauts revenus...)
- Comportement du consommateur (quand, pourquoi et comment consomment-ils le produit ?)

- Critères d'achat (habitudes d'achat : lieu, sensibilité aux promotions, prix, taille...)

#### **L'offre :**

Deux paramètres sont à prendre en compte pour l'offre disponible sur le marché :

- Qui sont les concurrents ?
- Que proposent-ils ? Il s'agit ici d'étudier prix, format, mode de vente, type de promotion, résultats des ventes, satisfaction des clients... mis en place par les concurrents.

#### **L'environnement :**

Enfin le dernier domaine ayant une influence sur le marché est l'environnement dans lequel il évolue. Les paramètres spécifiques à ce marché sont :

- Politiques (nouvelle réglementation prévue pour le marché)
- Économiques (augmentation du pouvoir d'achat)
- Juridiques
- Technologiques (innovation rapide, rare...)
- Sociologiques, etc.

Généralement, les études de marchés sont conclues par un tableau récapitulatif et synthétique de l'état actuel et des évolutions majeures du marché, organisé de manière à distinguer les opportunités des menaces. Il permet ainsi de définir les facteurs clés de succès sur un marché ainsi que ses contraintes.

N'hésitez pas à étayer votre étude avec des diagrammes, des histogrammes, des tableaux récapitulatifs, afin d'offrir une information synthétique à votre lecteur.

Enfin, vous devez impérativement faire état de toutes les ressources bibliographiques vous ayant permis de réaliser votre étude de marché. En effet, vos données doivent être datées et vérifiables, cela concourt au professionnalisme de votre travail.

**À vous de jouer maintenant, vous pouvez trouver l'étude de marché ou le cas marketing qui vous intéresse parmi les milliers de documents proposés par Pimido.**