

L'ÉTUDE DU MARCHÉ, DE SON CONTEXTE ET DE SES TENDANCES

Maintenant que vous êtes sûr que votre offre répond à un besoin ou résout un problème et donc, est susceptible de trouver des acheteurs, il vous faut maîtriser le contexte dans lequel vous allez vous lancer et les tendances. Vous devez donc analyser le marché global de l'activité sur laquelle votre entreprise va se situer.

Un marché est un lieu physique ou virtuel sur lequel sont échangés des biens et services de nature diverse. Par extension, on qualifie de marché, l'ensemble des consommateurs réels et/ou potentiels souhaitant procéder à un échange leur permettant de satisfaire un besoin.

Un peu de théorie sur le marché

Il faut distinguer 2 marchés différents :

Le marché global :

Il s'agit du marché national voire international qui regroupe tous les acheteurs et tous les vendeurs. Les informations disponibles sont globalisées.

Le marché de votre entreprise

Il s'agit de vos acheteurs (votre cible) et de vos concurrents.

Dans cette partie, vous allez travailler sur le marché « global ».

N'oubliez pas de vous concentrer particulièrement sur la partie « tendances » : comment le marché peut probablement évoluer, quels nouveaux acteurs pourraient entrer, comment les consommateurs pourraient se comporter demain... Vu l'arrivée de telle ou telle technologie, vu l'évolution des comportements des individus en général, vu le contexte économique...

La méthode

Trouver des informations sur le marché global est assez simple car il existe des organismes qui réalisent chaque année des études nationales sur différents secteurs.

- Vous pouvez accéder gratuitement à des études en surfant sur les sites des instituts de sondage (Ipsos, Ifop, CSA, TNS-Sofres, Médiamétrie...) ou celui de l'Insee qui est une source intarissable d'études mais demande de la patience pour les trouver !
- Si vous avez 12 €, achetez les [études de marché de l'APCE](#)
- Si vous avez un peu plus de budget - entre 500 et 2 000 € - ou si vous cherchez des informations plus détaillées, des sociétés telles que Eurostaf ou Xerfi, ont une bibliothèque d'études complètes mais payantes (truc : beaucoup de bibliothèques municipales disposent de ses études mais pas nécessairement de la version la plus récente).

- Contactez les fédérations professionnelles ou le syndicat du secteur.
- Rendez-vous dans le centre de documentation de votre Chambre de Commerce et d'Industrie.
- N'oubliez pas la presse professionnelle
- Et les sites Internet spécialisés en tendance de consommateurs
- Quelques sites de référence pour tout savoir sur les usages des consommateurs, les tendances, l'évolution du numérique : www.soonsoonsoon.fr ; www.wedemain.fr ; <http://www.hbrfrance.fr/>; <http://barbares.thefamily.co/> ; <http://www.demainlaville.com/> ... Il en existe beaucoup d'autres, surfez !

Pour la partie prospective, lisez tous les articles qui se rapportent au sujet même et aux sujets connexes. Par exemple, si vous voulez vendre des objets de décoration, vous ne pouvez pas ignorer l'imprimante 3D, les petites usines pour particuliers qui permettent de construire des modèles uniques, le souhait de personnalisation des individus, de co-conception... : lisez des magazines comme We Demain, surfez sur www.soonsoonsoon, écoutez les [signaux faibles](#), regardez les vidéos des [Barbares attaquent](#)... Lisez tout ce qui se passe sur votre sujet !

Pour les acteurs du marché, à ce niveau d'analyse, prenez les acteurs les plus importants, vous travaillerez sur les concurrents de votre entreprise lors de l'étude de marché.

Des ressources pour l'étude de marché

- ✚ [Etudes de Marché en Ligne - Creatests](#)
- ✚ [LSA - Etudes de consommation](#)
- ✚ [INSEE - Conditions de vie et société](#)
- ✚ [Insee - Caractéristiques des entreprises et établissements](#)
- ✚ [Insee - Les résultats des recensements de la population](#)

Découvrez des tendances de business

- ✚ barbares.thefamily.co
- ✚ L'économie circulaire - CCI.fr
- ✚ Stratégies.fr - Tendances de consommation
- ✚ Stratégies.fr - Etudes sur les tendances
- ✚ L'Île-de-France face aux mutations contemporaines | CCI Paris Île-de-France
- ✚ we demain
- ✚ TrendsNow
- ✚ 10 tendances pour le futur - HBR
- ✚ Innovant.fr | Fabrice Rault

Les informations à collecter, à connaître et à analyser

- Chiffres clés :
 - Nombre d'entreprises
 - Nombre de créations d'entreprises de ce secteur
- Evolution du marché :
 - Evolution du marché depuis 3 ans
 - Perspectives d'évolution du marché à moyen terme

- La segmentation du marché
- Les acteurs principaux et leur stratégie de développement
- Mode habituel de distribution
- Les conditions d'accès au marché (diplômes, réglementation...) :
- Le profil de la clientèle (âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle...) :
- Les habitudes de consommation de la clientèle – Les comportements d'achat de la clientèle :
- Les critères d'achat de la clientèle
- Les tendances d'évolution du marché à prendre en considération pour votre projet
- Les innovations du marché à prendre en considération pour votre projet
- Les éléments financiers du marché
 - Chiffre d'affaires du secteur
 - Nombre de clients
 - Panier moyen
 - Marge brute (en % du CA)

 - Résultat courant (en % du CA)
 - Crédit fournisseurs (en jours)
 - Rotation stocks (en jours)
 - Besoin en fonds de roulement (en jours de CA)
- SWOT (Points forts – Points faibles – Menaces – Opportunités) :

<i>Ce qui est endogène à l'entreprise (vous pouvez agir dessus)</i>	
Forces	Faiblesses
Liste des principaux points forts de l'entreprise (dont les Hommes et le dirigeant) <i>Exemple : produits technologiquement en pointe.</i>	Liste des principaux points faibles de l'entreprise (dont les Hommes et le dirigeant) <i>Exemple : pyramide des âges des salariés.</i>
<i>Ce qui est exogène à l'entreprise (vous ne pouvez pas ou peu agir dessus)</i>	
Opportunités	Menaces
Liste des principales opportunités offertes par le marché au développement de l'entreprise <i>Exemple : attrait des cadres indiens pour ce</i>	Liste des principales menaces extérieures pesant sur la pérennité / les performances de l'entreprise

<i>produit.</i>	<i>Exemple : produit difficilement protégeable et facilement copiable</i>
-----------------	---

- A retenir : les points faibles du marché
- A retenir : les points bloquant du marché