

Nouvelle rubrique

CRÉER SON ENTREPRISE :

étape 2, l'étude de marché

Votre projet est cohérent avec vos contraintes et atouts personnels ? Vous devez désormais vous assurer de sa faisabilité commerciale en réalisant une étude de marché afin de réduire les risques et prendre des décisions adéquates.



1

Mieux connaître les grandes tendances du marché ainsi que ses acteurs et vérifier l'opportunité de se lancer

Quelles sont les grandes tendances du marché ?

Marché des entreprises, des particuliers, des loisirs, des biens de grande consommation ?

Marché en développement, en stagnation, en déclin ?

Volume de vente et chiffre d'affaires ?

Qui sont les acheteurs et les consommateurs ?

Quels sont leurs besoins, leurs comportements, leurs lieux d'habitation ?

Qui sont les concurrents ?

Combien et où sont-ils ? Que proposent-ils et à quels prix ?

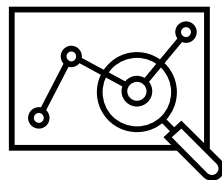
Quel est l'environnement de mon marché ?

Processus d'innovation et évolutions technologiques de votre marché, cadre réglementaire, environnement social, économique, politique et écologique.

Quelles sont les opportunités et menaces de mon marché et les clefs de succès ?

Y-a-t-il, oui ou non, une opportunité pour que mon projet réussisse ?

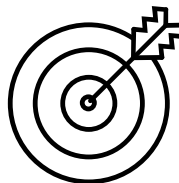
Votre projet a-t-il sa place sur le marché, apporte-t-il un « plus » ou répond-t-il à un besoin par rapport à la concurrence ?



2

Fixer des hypothèses de chiffre d'affaires

Après avoir analysé méthodiquement le marché, vous devez être en mesure d'évaluer un chiffre d'affaires prévisionnel. Plusieurs méthodes existent : étude de projets similaires, enquête de terrain, test grandeur nature. Ce montant vous permettra d'alimenter votre prévisionnel financier pour déterminer si votre projet est viable.



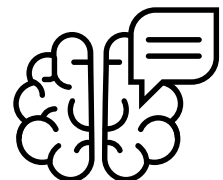
3

Faire les meilleurs choix pour atteindre ses objectifs

Au regard de la compréhension de votre marché, vous allez devoir déterminer les moyens pour atteindre vos clients c'est-à-dire la stratégie. Il s'agit d'opter pour le meilleur angle d'attaque en tenant compte des concurrents, des clients et du projet.

À noter

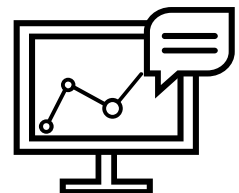
Suivez une démarche ordonnée et structurée. L'Agence France Entrepreneur (AFE) vous propose une méthode de travail de base permettant à un porteur de projet non averti d'aborder son étude de marché, seul ou avec une aide extérieure.



4

Obtenir le mix-marketing le plus cohérent possible

Le mix marketing est l'ensemble des décisions de marketing prises par l'entreprise, à un moment donné, sur un produit ou sur l'ensemble de sa gamme, pour influencer et satisfaire sa clientèle. Ces décisions concernent le produit, le prix, la distribution et la communication.



5

Apporter des éléments concrets qui serviront à établir le budget prévisionnel

Vous devez être en mesure de chiffrer le coût des actions que vous envisagez de mettre en œuvre pour vous lancer (fabrication, commercialisation, promotion, communication...). Tous ces éléments chiffrés seront par la suite réintégrés dans le plan de financement de votre entreprise.

Retrouvez sur www.paysdelunel.fr

« L'étape 1, le bilan personnel »

Rubrique : Télécharger les anciens numéros / Le Mag' n°108

INFOS PRATIQUES

 www.afecreation.fr