

De l'idée à la réalité : L'étude de marché comme pilier de votre projet

Animé par :

*Paul HENON & Maogann LE MAY
Chambre de Commerce et d'Industrie d'Ille-et-Vilaine*



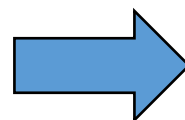
Dossier commercial



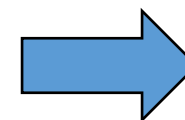
Modèle
économique



Etude du
marché

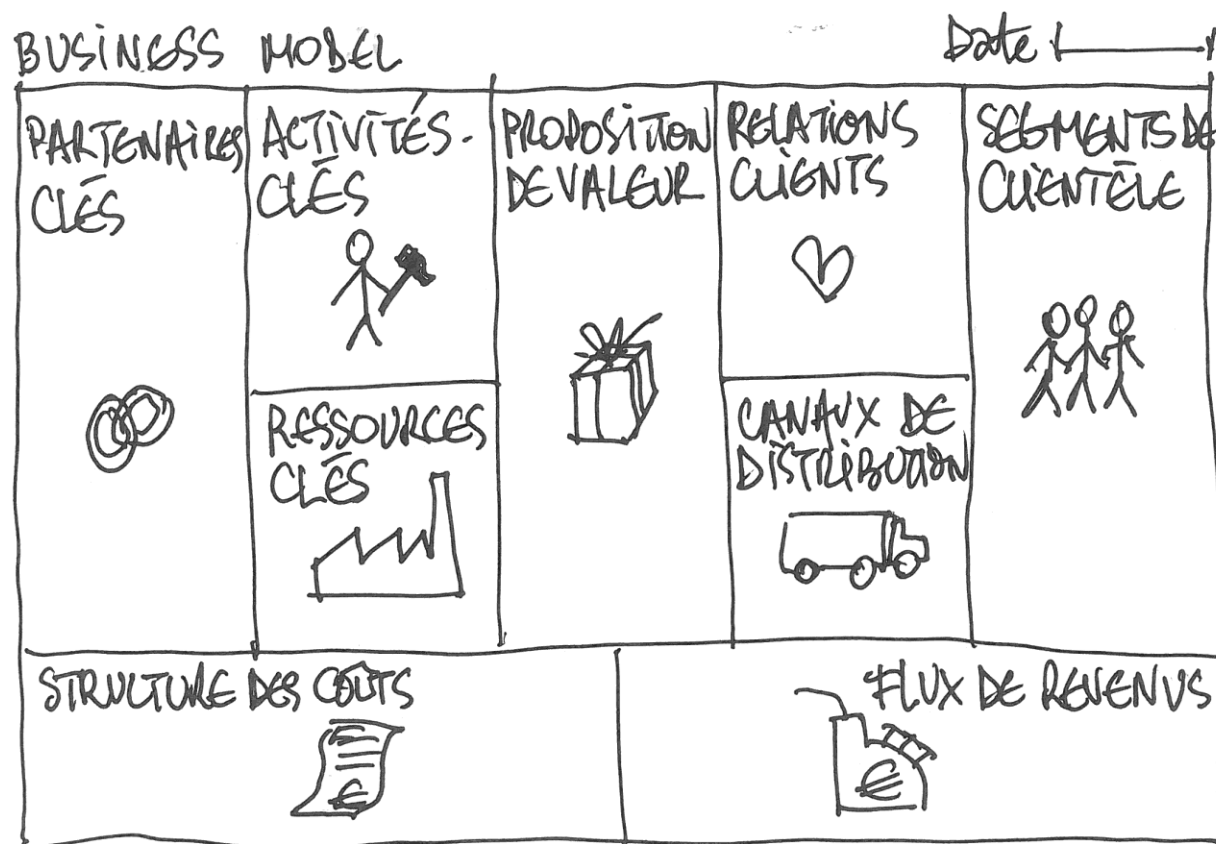


Stratégie



Mix-marketing

Le Business Model Canvas



Pourquoi faire une étude de marché ?



Faire les bons choix

Avoir un prévisionnel
cohérent

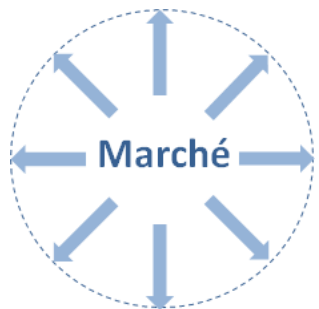


Se différencier &
Convaincre

Bâtir un projet viable

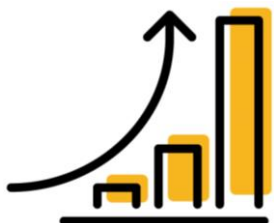
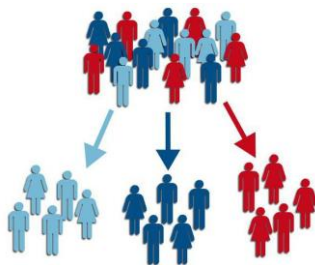


1. L'analyse du marché global :



Taille du marché

Nature du marché



Croissance du
marché



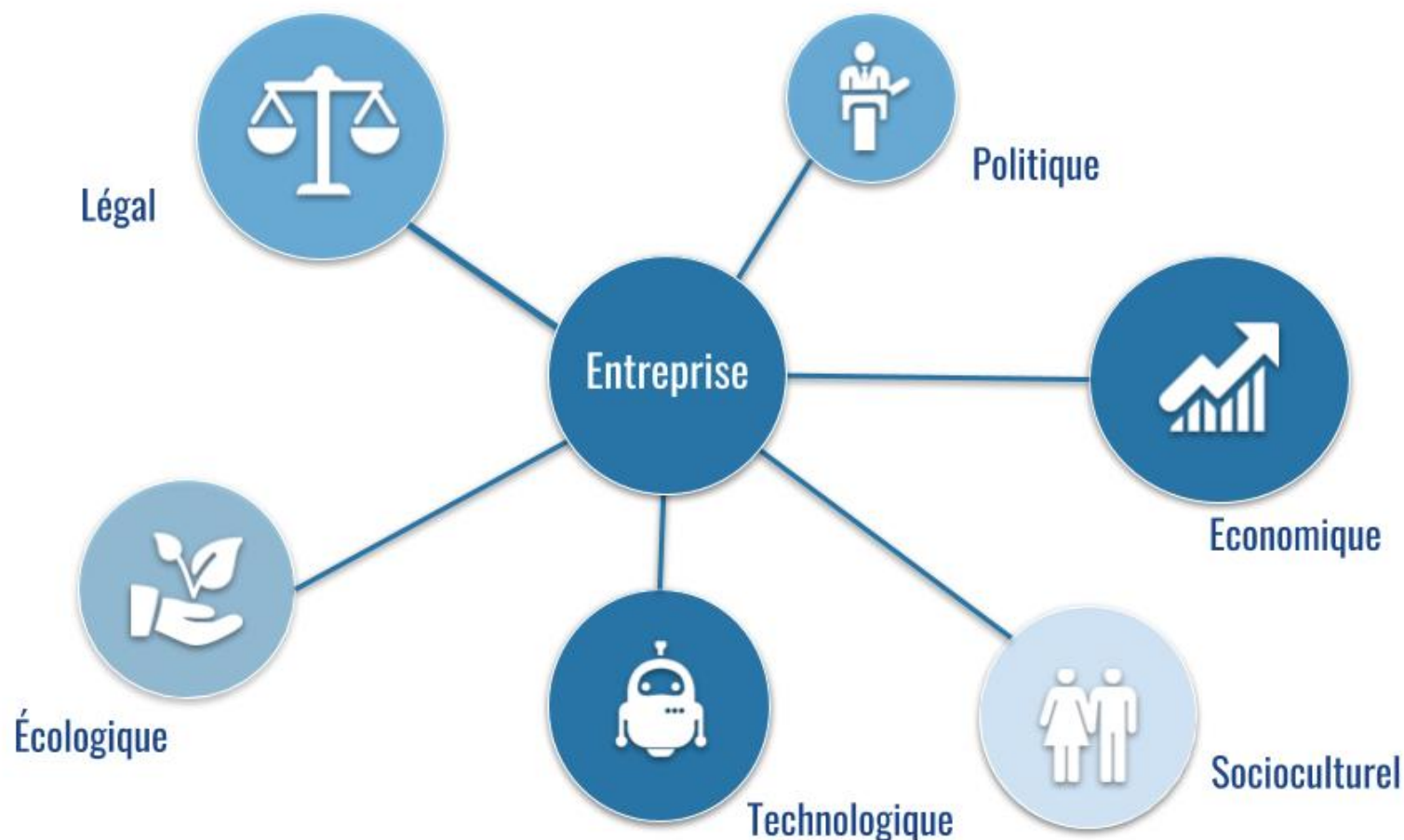
Contraintes liées
au marché



Outils utiles :

Syndicats Professionnels
Dossiers Projeteurs BPI
Réglementations BPI
Filetype PDF
URB-CGA
Google Alert
Google

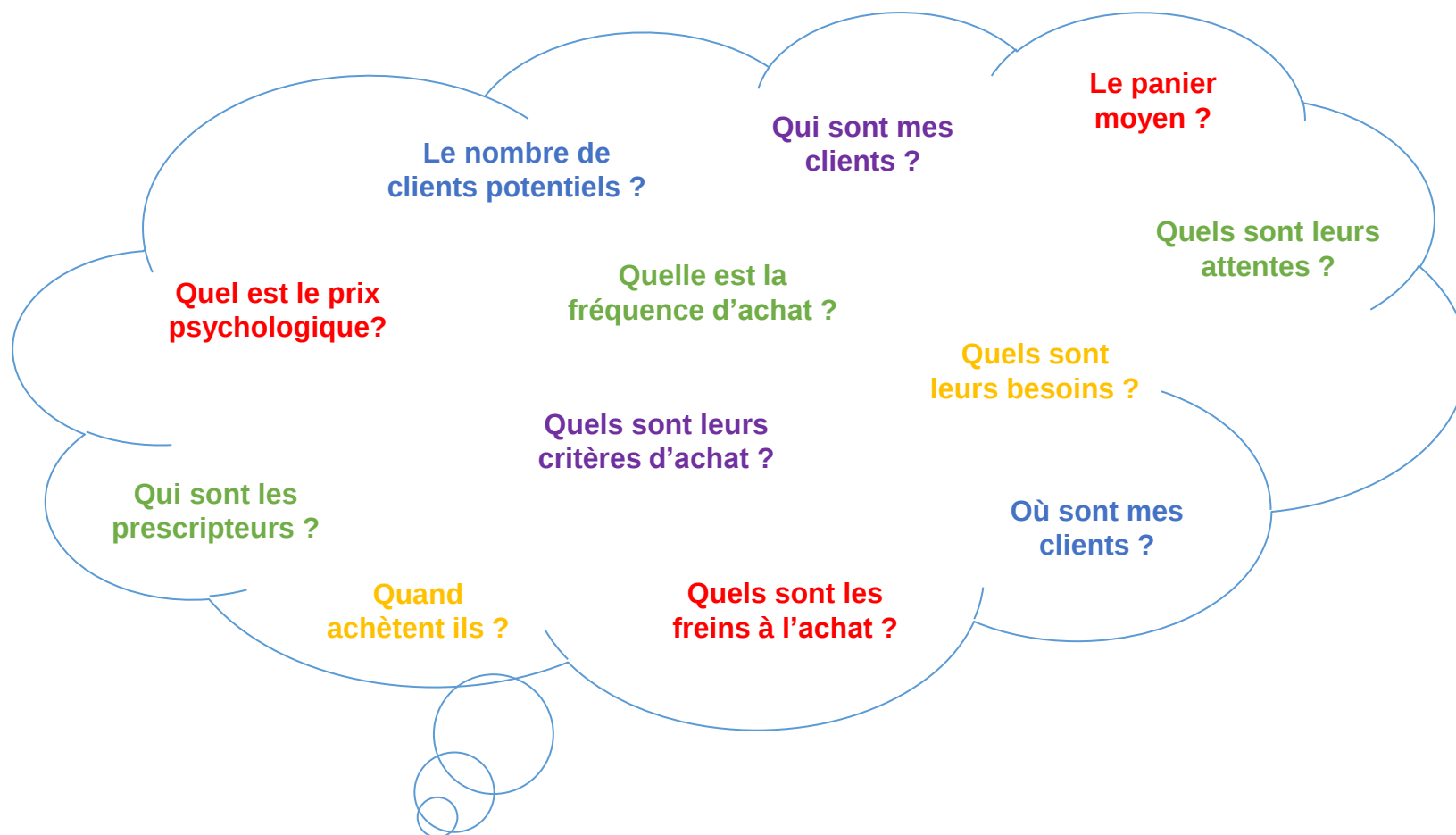
2. L'analyse de l'environnement :



Outils utiles :

LégiFrance
BPI France
EU-rlex
Syndicats professionnels
Xerfi
Insee
Tns Sofres
Ifop
Presse sectorielle ou éco

3. L'analyse de la clientèle :



Outils utiles :

Faire une carte d'empathie
Réaliser des enquêtes
Utiliser Google Forms
Utiliser AEF (BtoB)
Analyser la concurrence

4. L'analyse de la concurrence :



- Concurrence indirecte
- Menace des nouveaux entrants
- Taille du marché

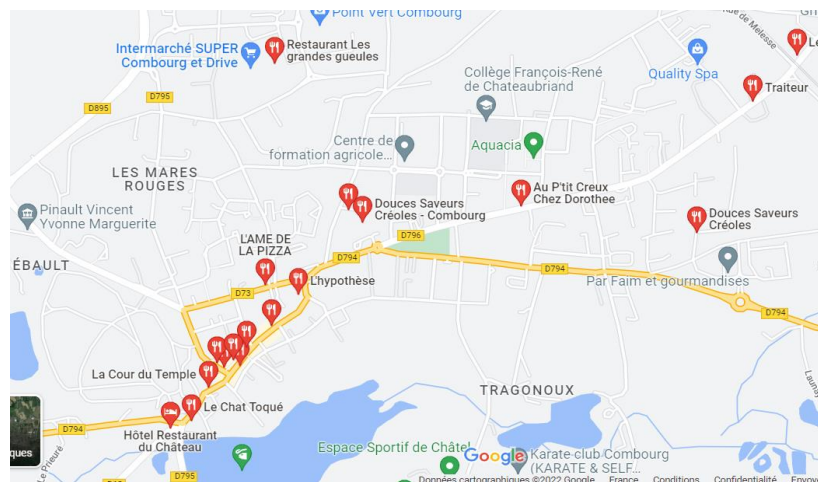
Outils utiles :

AEF (BtoB)
Pappers.fr
Enquêtes de terrain
Enquêtes sur le Web



5. L'étude d'implantation

- Proche de sa clientèle
- Une concurrence limitée
- Avoir de la visibilité
- Avoir de l'accessibilité



Outils utiles :

INSEE

Smappen

Cityzia

Google

Analyse de la concurrence



6. L'analyse générale de vos capacités



CONCLUSION

