

Une étude de marché fournit les informations essentielles sur le **marché**, les **compétiteurs** et les **clients potentiels** de l'entreprise.

QU'EST-CE QU'UNE ÉTUDE DE MARCHÉ ?

Une étude de marché est une façon d'avoir de l'information claire et précise sur des éléments qui sont centraux pour l'entreprise : ses clients (ou futurs clients), sa concurrence et son marché. C'est un processus de récolte, de tri et d'analyse d'informations provenant de différentes sources. Ces informations forment la base permettant de définir et d'évaluer une stratégie marketing. C'est une étude qualitative et quantitative de l'environnement dans lequel une entreprise évolue ou évoluera.

QUAND DOIT-ON EFFECTUER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ ?

Une étude de marché doit se faire à tous les stades de développement de l'entreprise :

- Avant la création de l'entreprise, elle permet d'avoir une bonne idée de l'environnement dans lequel va intervenir l'entreprise ainsi que valider l'existence d'un marché. Elle vous aidera à fixer les objectifs et à définir la stratégie marketing à adopter.
- Pendant la phase de démarrage, elle constitue un véritable outil de suivi pour l'entreprise permettant, entre autres, de mesurer l'efficacité de votre campagne publicitaire, de vérifier que votre produit ou service est bien adapté à l'offre, de prévoir vos parts de marché et de mieux identifier vos compétiteurs.
- Durant la phase post-démarrage, elle vous permettra de vérifier la notoriété de l'entreprise, le degré de fidélisation de la clientèle, l'image de marque véhiculée auprès des consommateurs, etc.

À QUOI SERT UNE ÉTUDE DE MARCHÉ ?

L'étude de marché vous permettra, entre autres, de valider les besoins des consommateurs, de connaître la demande pour votre type de produit/service et de voir si elle est suffisante et de prévoir comment évoluera le marché avec les années.

L'étude de marché vous aidera assurément dans les domaines suivants:

- vos prévisions de ventes (chiffre d'affaires prévisionnel) ;
- votre offre à la clientèle et votre ligne de produits ;
- votre stratégie de prix ;
- votre positionnement ;

(1) Source : M. Aubé, *Portail d'affaires des jeunes entrepreneurs (PAJE)* – Juillet 2006

- le capital requis ;
- le bon emplacement ;
- la superficie, le stock et les fournitures pour vos opérations ;
- le nombre d'employés à embaucher ;

Donc, la réalisation de votre étude de marché vous permettra d'élaborer votre politique commerciale, votre plan marketing et de planifier les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires au fonctionnement de votre entreprise.

QUE CONTIENT UNE ÉTUDE DE MARCHÉ ?

LES CLIENTS :

Nous retrouverons, dans l'étude de marché, les réponses aux questions suivantes :

- Qui sont-ils?
- Quelles sont leurs exigences en matière de prix, qualité, taille, etc.?
- Quelles sont leurs caractéristiques (âge, sexe, revenu, etc.)?
- Quelles sont leurs habitudes de consommation?

LES COMPÉTITEURS :

Nous retrouverons, dans l'étude de marché, les réponses aux questions suivantes:

- Qui sont-ils?
- Quel est leur prix de vente?
- Quelle est la qualité de leurs produits?
- Existe-t-il des substituts?

* On pourra également y trouver une analyse de la concurrence par les forces, faiblesses, occasions et menaces, communément appelée « SWOT analysis ».

LE MARCHÉ

Nous retrouverons, dans l'étude de marché, des informations sur :

- les tendances du marché (expansion, déclin)
- l'existence de barrières à l'entrée
- le type de marché (oligopole, monopole)