|  |
| --- |
| * *Cette annexe vient en complément des informations recueillies dans le questionnaire.*
* *Seules les cases applicables à votre évaluation de marché doivent être remplies.*
* *Pour la colonne des résultats, merci de vous limiter aux constats et résultats clés (maximum 5 constats).*
* *Merci de présenter les informations de manière claire et concise.*
 |
|  |  |  |  |
| **Résultats de l'analyse** | **Méthodologie utilisée** |
| **1. ETUDE DU MARCHÉ** | Dynamiques du marché*Est-ce un marché en croissance ou en déclin ? Quelle est sa dynamique ?*   |  | *Sur quel(s) type(s) de sources avez-vous basé votre analyse ? Quelles étaient vos années de référence ?*  |
| Evolution du marché*Quelles sont les innovations et les perspectives d’avenir du marché ?* |  |
| Taille du marché*Nombre de personnes, de ménages ou d’entreprises susceptibles d’être clientes.* |  |
| **2. ETUDE DE L’ ENVIRONNEMENT** | Politique*Décisions prises par les gouvernements (politique fiscale, commerce extérieur…) ; les ministres en lien avec votre activité.* |  | *Comment avez-vous mené vos recherches ? Sur quel périmètre ? ...* |
|  | Economique *Facteurs qui impactent le pouvoir d’achat et le comportement des consommateurs (revenu disponible, chômage, taux d’intérêt, les crises ou croissances à venir, le taux de croissance, …)* |  |  |
|  | Social*Caractéristiques sociales influençant le pouvoir d’achat (démographie, niveau d’éducation, répartition des revenus, attitude de loisir et de travail, mobilité sociale, évolutions culturelles …)* |  |  |
|  | Technologique *Nouveautés technologiques susceptibles de perturber le marché (dépenses publiques de recherche et développement, nouveaux brevets, découvertes…)* |  |  |
|  | Environnemental*Facteurs liés à l’environnement influençant la manière d’exercer l’activité (traitement des déchets, émission de pollution…), les ressources naturelles nécessaires à la réalisation de votre activité.*  |  |  |
|  | Législatif*Lois et des règlements impactant le cadre légal dans lequel évolue l’entreprise.* |  |  |
| **3. EVALUATION DE LA DEMANDE** | Profil-type de clients ; nouveau(x) client(s) visé(s) |  | *Quel(s) type(s) d'enquête a(ont) été mené(s) et sur quel échantillon ? Quelles étaient vos hypothèses de base à faire valider par l'analyse ? Quels outils avez-vous utilisé pour la diffusion de votre enquête ? ...* |
| Prix *Quel est le prix qu’il.elle accepte de payer habituellement pour le produit/service proposé ?* |  |
| Quels sont les critères d'achat et les tendances de consommation de votre public ?  |  |
| Communication *Quels sont ses canaux de communication préférés (téléphone, mail, réseaux sociaux, face à face / évènements physique) ?* |  |
| **4. ANALYSE DE LA CONCURRENCE** | Caractéristiques de vos concurrents directs *Localisation, produits/services, prix, distribution, clientèle, stratégie, CA…* |  | *Quel était votre processus de prospection pour analyser votre concurrence (porte à porte, networking, recherche internet, appels, etc.) ? Sur quel rayon/distance avez-vous basé votre recherche ? …* |
| Caractéristiques de vos concurrents indirects *Localisation, produits/services, prix, distribution, clientèle, stratégie, CA…* |  |
| Quels sont les facteurs de succès de votre activité ?  |  |
| **5. PROTOTYPAGE / TEST DE PRODUIT/SERVICE** | Avez-vous testé votre nouveau produit/service ?  |  | *Comment vous y êtes-vous pris pour tester votre nouveau produit/service ? Sur combien de clients ? ...* |
| Quels ont été les retours clients ?  |  |
| **6. INTEGRATION DES CONCLUSIONS DE L'ETUDE DANS VOTRE PROJET** | Quelles décisions avez-vous prises en termes de politique de produit, de prix, de vos relations clients, de votre communication, - pour la pérennisation de votre projet ?  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |