

UN GUIDE PAS-À-PAS POUR RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

1: TESTEZ VOTRE IDÉE

N'ayez pas peur de parler de votre idée afin de récolter des avis extérieurs (surtout s'ils sont négatifs)



Mettez votre idée au propre: qu'est-ce qui la rend unique et attractive?

Testez votre idée auprès de vos proches et vos amis

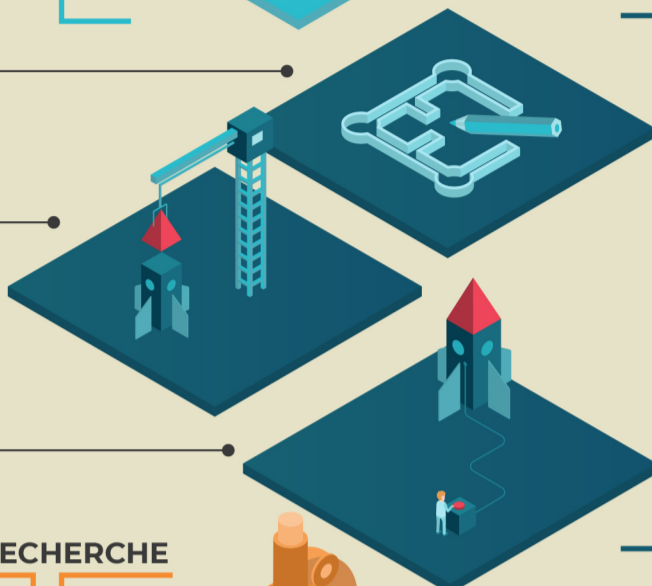
Organisez une séance de Design Thinking pour récolter plus de feedback et améliorer votre idée initiale

2: AMÉLIOREZ VOTRE IDÉE

Corrigez les défauts les plus visibles de votre idée et développez un MVP (« Minimum Viable Product »)

Définissez les besoins des consommateurs auxquels vous voulez répondre (« Customer pains »)

Développez un prototype pour explorer comment les clients interagissent avec votre produit/service



Testez votre prototype et détectez en amont les éventuels problèmes

3: PLANIFIEZ VOTRE RECHERCHE

Une bonne étude de marché est basée sur l'utilisation de méthodes complémentaires, pas uniquement sur une enquête en ligne



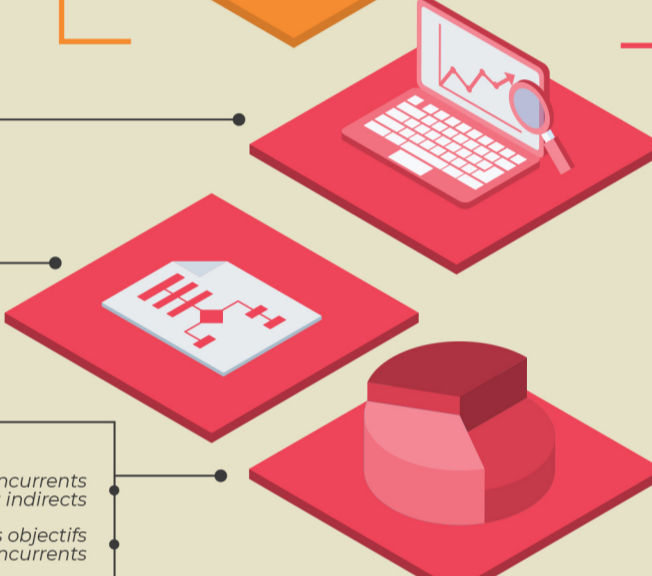
Déterminez les méthodes dont vous avez besoin pour votre étude de marché

4: OBSERVEZ LE MARCHÉ

Portez un regard extérieur sur le marché pour comprendre sa dynamique, identifier la concurrence ainsi que les forces et faiblesses de vos concurrents

Analysez les tendances de marché actuelles et futures

Réalisez une analyse PESTEL pour comprendre l'impact des facteurs extérieurs sur votre futur marché



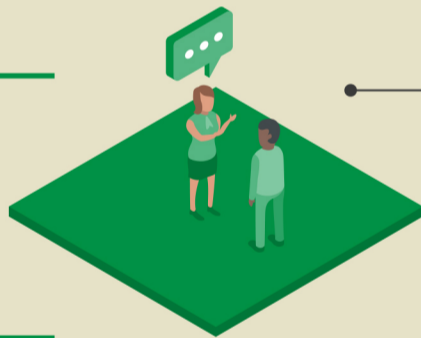
Analysez la concurrence

- Identifiez vos concurrents directs et indirects
- Définissez les critères objectifs pour comparer vos concurrents
- Trouvez des informations sur vos concurrents
- Réalisez le benchmark

Réalisez des interviews en profondeur pour mieux comprendre vos futurs clients

5: QUALIFIEZ LA DEMANDE

Utilisez des techniques qualitatives (observations, ethnographie, focus groups, interviews) pour mieux qualifier la demande



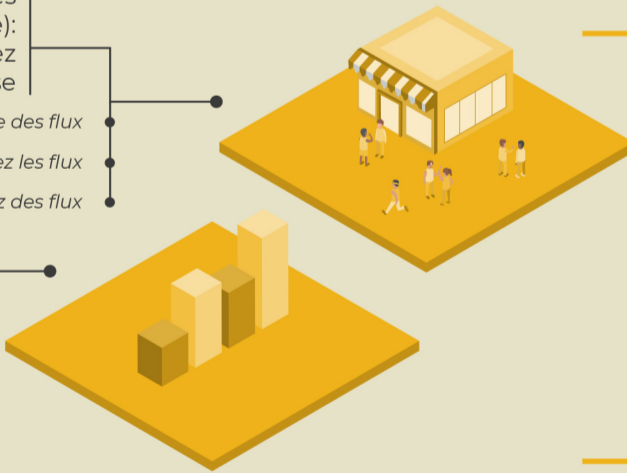
- Préparez l'entretien qualitatif
- Rédigez le guide d'entretien
- Réalisez l'entretien qualitatif
- Transcrivez l'entretien
- Codez l'entretien à l'aide d'un logiciel spécialisé

Étudiez l'implantation (uniquement pour les commerces de proximité): analysez les flux et définissez la zone de chalandise

- Réalisez un comptage des flux
- Qualifiez les flux
- Analysez des flux

Phase quantitative

- Rédigez le questionnaire quantitatif
- Testez le questionnaire quantitatif
- Administrez l'enquête quantitative
- Analysez les résultats



6: QUANTIFIEZ LA DEMANDE

Utilisez les résultats de la phase qualitative pour quantifier la demande

7: FINALISEZ VOTRE ÉTUDE DE MARCHÉ

Synthétisez vos conclusions principales sous forme de tableaux et graphiques

Identifiez les segments de marché les plus porteurs

Évaluez la taille du marché pour les segments choisis

En route pour le business plan et le plan financier!

