

**Plan d'Etude de Marché**

**1.1 Description du produit**


**1.2 Comparaison du produit avec ses concurrents**


www.economie-gestion.com

**Analyse Compétitive du produit**

<b>Caractéristiques</b>	<b>Entreprise proposée</b>	<b>Concurrent 1</b>	<b>Concurrent 2</b>	<b>Concurrent 3</b>
Qualité du produit				
Prix				
Temps de livraison				
Nom de la marque				
Usage multiple				
Goût				
etc.				

1 Exceptionnel, 2 Très satisfaisant, 3 Bon, 4 Assez bon, 5 Médiocre

**1.3 Emplacement**


<Plan de l'emplacement>

**1.4 Zone du marché**


<Liste des zones de marché et taille du marché>

**1.5 Principaux consommateurs**


<Liste des consommateurs principaux et leurs exigences>

[www.economie-gestion.com](http://www.economie-gestion.com)

**1.6 Demande totale**


**Tableau 1.6 Tableau de la demande prévue**

Année	Quantité	Montant (FCFA)
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____
	_____	_____

**1.7 Part de marché**


<Tableau de l'offre prévue et des sources de l'offre>

**1.8 Prix de vente**


**Tableau 1.8 Comparaison des prix de ventes des concurrents**

Produit(s) du projet	Prix de vente du projet	Prix des concurrents			Prix moyen des concurrents
		Concurrent 1	Concurrent 2	Concurrent 3	

**1.9 Prévisions de ventes**


**Tableau 1.9 Ventes prévues par année, volume des ventes et montant.**

Année: .....

Volume des ventes (unités)	Montant des ventes (FCFA)
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

**1.10 Mesures promotionnelles**


**1.11 Strategie Marketing**


<Tableau de la stratégie marketing des concurrents>

**1.12 Budget Marketing**


## Tableau - Budget Marketing

Choisissez selon votre produit et votre stratégie marketing:

Article	Mois											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>1. Ventes prévues</b>												
<b>2. Dépenses en marketing:</b>												
<b>2.1 Promotion</b> (spécifier)												
<b>2.2 Distribution</b> (spécifier)												
<b>2.3 Publicité</b> (spécifier)												
<b>2.4 Coûts de vente</b> (spécifier)												
<b>Dépenses totales en marketing</b>												
<b>% marketing par rapport aux ventes</b> (dépenses / ventes x 100 = x %)												

Commentaires:

### 3. Exercice sur le Terrain - Etude de Marché simplifiée

Afin d'engager une première étude de marché initiale pendant le cours de formation, un plan d'étude simplifié est proposé qui vous aide à analyser le marché concurrentiel et les intermédiaires, les produits existants au marché, la clientèle et les segments de marché visés, ainsi qu'à analyser le marché d'approvisionnement avec ses principaux fournisseurs et équipements disponibles.

Liste de contrôle d'étude de marché initiale	
Nom du promoteur Activité de l'entreprise, produits et services	Brève désignation de l'activité de l'entreprise
Marché concurrentiel	Qui sont les principaux concurrents de votre activité? Aperçu des concurrents et leurs produits
Intermédiaires	Les intermédiaires sont les commerçants, grossistes, supermarchés et agents commerciaux sur place avec une possibilité de collaboration pour votre activité
Produits existants au marché	Principaux lieux de vente, emplacements stratégiques, répertoire détaillé des produits de votre activité (prix, qualité, disponibilité)
Clientèle visée	La clientèle visée dépend de vos produits et de votre stratégie de vente. Aussi une clientèle diversifiée avec différents produits est possible.
Segment de marché visé	Quels sont les segments principaux visés par votre activité et stratégie?
Marché d'approvisionnement	Qui sont les principaux fournisseurs, importateurs des équipements et matières premières pour votre activité? Prix, disponibilité, qualité

Format de l'étude de marché initiale voir page suivante...

Engagez une étude de marché par rapport à votre idée de projet ou votre activité exercée. L'étude de marché se fera dans la capitale et sur les points de vente et d'approvisionnement principaux.

N'hésitez pas à prendre des informations à gauche et droite et même chez vos concurrents potentiels. Vous êtes un client potentiel qui se renseigne sur les différents produits et services de son intérêt.

La recherche se fait pendant une demi-journée. Ensuite, discutez votre étude de marché avec des amis. Le résultat de l'étude initiale (voir page suivante) servira d'un premier aperçu pour engager une étude de marché plus détaillée plus tard (voir premier plan d'étude détaillé ci-dessus).

## Etude de Marché initiale et simplifiée

**Nom du promoteur:**

**Activité de l'entreprise, produits et services:**

**Marché concurrentiel:**

(Emplacement des concurrents, leur présentation):

Nom, adresse, lieu	Produits et services / Remarques

**Intermédiaires** (p.ex. commerçants, grossistes avec possibilité de collaboration):

Nom, adresse, lieu	Produits et services / Remarques







