



Etude de marché : un exemple gratuit (modèle Word)

Comment faire une étude de marché ? Comment présenter son étude de marché, selon quel plan ? WikiCréa vous propose un exemple d'étude de marché (Word, gratuit).

L'étude de marché est la première étape de la création d'entreprise. Trop souvent négligée, elle est pourtant le socle de la réussite du projet. Bien menée, elle peut constituer un excellent tremplin pour le lancement d'une offre, tout en gagnant du temps et en diminuant les risques.

Voyons la définition, la méthode ainsi qu'un exemple concret d'étude de marché.

Etude de marché : définition.

Définition de l'étude de marché : Une étude de marché consiste à recueillir des informations et à les analyser en vue d'identifier les caractéristiques et les enjeux d'un marché. L'étude de marché s'intéresse aux différentes composantes du marché : la demande, l'offre (la concurrence et les produits), les circuits de distribution, l'environnement et les tendances...

On distingue :

- **l'étude quantitative :** il s'agit de rassembler des informations chiffrées sur les caractéristiques, comportements, attentes et habitudes d'achat des individus ou organisations formant le marché en question. Ces chiffres peuvent être obtenus par **questionnaire** ou sondage à grande échelle sur le terrain ou encore par téléphone. La méthode de l'échantillonnage peut être utilisée. L'étude quantitative permet récupérer et de croiser différents types de données : âge, sexe, lieu de résidence, catégorie socio-professionnelle, loisirs, habitudes, opinions, etc.
- **l'étude qualitative :** il s'agit de plonger plus en profondeur dans l'analyse des acheteurs et de leur comportement. L'étude qualitative peut être réalisée par des entretiens individuels ou collectifs, ou encore par des observations de terrain (enquête terrain).

Au final, l'objectif de l'étude de marché est de montrer qu'il y a un **potentiel de marché** et d'amener à la détermination d'un **positionnement commercial** et à la rédaction d'un plan marketing : choix d'un positionnement produit, d'un positionnement prix, d'un réseau de distribution et d'une politique de communication.

Etude de marché : méthode.

La première question à se poser est : quel est mon marché ? Il s'agit de définir précisément le marché à étudier et son étendue. Pour les commerces, on parle de **zone de chalandise**.

Ensuite, l'étude de marché peut être menée de différentes manières :

- **l'étude documentaire** consiste à utiliser des documents ou des études déjà existantes (sources externes),
- **l'étude terrain** consiste à mener soi-même une étude de marché quantitative ou qualitative (source interne).

Dans tous les cas, il conviendra de **privilégier le terrain**, afin de récupérer des données réelles et parlantes.

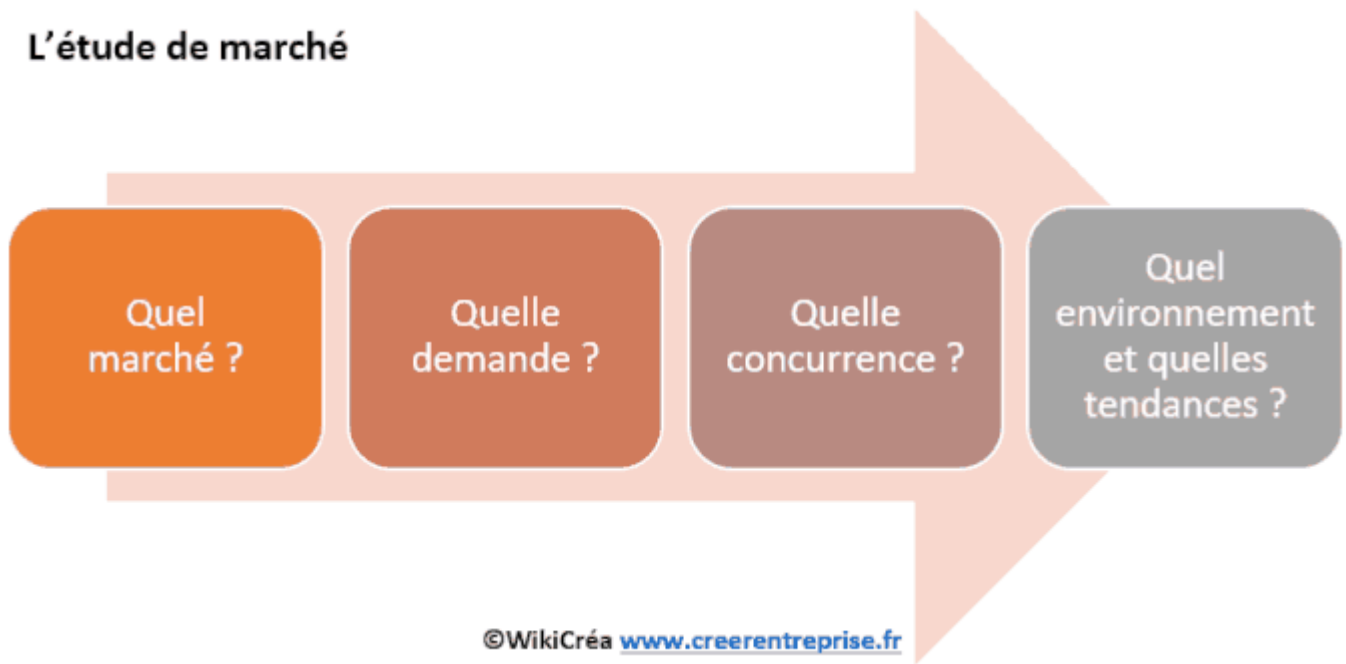
Parmi les meilleures méthodes d'étude de marché, on notera :

- l'étude par questionnaire,
- l'étude par observation,
- l'étude métier, qui consiste à approcher des professionnels du secteur sur une zone de chalandise différente,
- l'étude de la concurrence,
- l'étude des fournisseurs, qui permet d'aborder la filière,
- l'étude des **prescripteurs**,
- l'étude des tendances et des mots-clés.

Voir aussi notre article sur les meilleures méthodes d'étude de marché.

Le plan de l'étude de marché.

L'étude de marché



Le plan de l'étude de marché peut être découpé en 4 parties principales :

- 1) Le marché.** Détermination du marché et de son périmètre. Caractéristiques du marché : taille, évolution, tendances, segments, composantes.
- 2) La demande.** Il s'agit de décrire les caractéristiques de la demande : âge, sexe, lieu d'habitation, style de vie, revenus, motivations d'achat, freins à l'achat, période et fréquence d'achat, attentes et besoins. Il est conseillé de classer les consommateurs en différents **segments** homogènes.
- 3) L'offre.** Il s'agit de décrire la concurrence, la politique commerciale des concurrents, ainsi que les **réseaux de distribution**. Combien de concurrents ? Quels sont les plus puissants ? Qui sont les concurrents directs et indirects ? Quels sont les prix pratiqués ? Quelle est la politique de communication des concurrents ?
- 4) L'environnement.** L'analyse de l'environnement et de son influence sur le marché peut être menée selon la **méthode PESTEL** :
 - **Environnement politique** : stabilité des gouvernements et des politiques, contexte politique, tendances fiscales...
 - **Environnement économique** : cycle économique, taux de croissance, pouvoir d'achat, taux d'intérêt, monnaie, inflation, chômage...
 - **Environnement socio-culturel** : démographie, composition socio-culturelle de la population et tendances, mobilité sociale, modes de consommation, éducation, travail, loisirs...
 - **Environnement technologique** : politique publique de R&D, tendances d'innovation, dépenses privées de R&D...
 - **Facteurs environnementaux** : lois sur l'écologie et l'énergie,
 - **Environnement légal** : lois, droit du travail, réglementation et normes de sécurité...

Etude de marché : exemple gratuit.

Cliquez ci-après pour télécharger un exemple d'étude de marché (modèle gratuit). Ce modèle prend l'exemple d'une étude de marché pour un restaurant.

Modèle exemple étude de marché restaurant Word

L'étape d'après : établir son business plan.

Préparez dès à présent l'étape suivante et la rédaction du business plan. **Cliquez ici pour consulter les modèles de business plan de WikiCréa.**

Bonus : Des outils Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCréa met à votre disposition des outils Excel gratuits :

- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : **cliquez ici pour y accéder,**
- un **livre de recettes**, **obligatoire pour les auto-entrepreneurs** : **cliquez ici pour y accéder,**
- un **modèle de suivi de trésorerie** : **cliquez ici pour y accéder.**

Créez votre entreprise en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne. **Pourquoi Legalstart ?** Tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. **Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.**

Voir aussi les articles de notre catégorie Etude de marché.