



## Les étapes de l'étude de marché : environnement, concurrence, demande

**Comment faire une étude de marché ? Quelles sont les étapes de l'étude de marché ? De quoi est composée une étude de marché ? Comment bien réaliser une étude de marché ?**

L'étude de marché est une **étape du processus de création d'entreprise** qui peut être fastidieuse mais qui est dans tous les cas essentielle pour sécuriser son projet et gagner confiance.

Ce n'est qu'après avoir accompli votre étude de marché que vous pourrez savoir :

- s'il existe un marché pour votre idée, et donc si elle **représente une réelle opportunité**,
- quels sont les **acteurs déjà présents** sur ce marché,
- s'il y a une place pour votre entreprise sur le marché et avec **quelle stratégie**,
- comment rendre votre **offre unique et attractive**.

Les résultats de l'étude de marché éclaireront le choix du **positionnement commercial** et permettront d'esquisser le **modèle économique**.

WikiCréa vous aide concrètement à mener et rédiger la synthèse de votre étude de marché. **Voir notamment notre article [Etude de marché : un exemple gratuit \(modèle Word\)](#).**

*L'étude de marché comprend plusieurs phases, dont voici les trois principales.*

### **Première étape de l'étude de marché : l'étude de l'environnement.**

L'environnement correspond à tout ce qui se trouve autour de l'entreprise, c'est l'**écosystème** dans lequel elle évolue. Il convient de se renseigner sur les caractéristiques de cet environnement, sur le plan économique, sociétal, culturel, technologique, environnement ou encore légal.

*Comment évolue la société ? Quelles sont les tendances de consommation ? Y a-t-il des changements culturels ? De nouvelles technologies sont-elles apparues ?*

L'étude de l'environnement consiste au final en la réalisation d'un **diagnostic externe à l'entreprise** : c'est la partie **opportunités et menaces** de la célèbre matrice « **SWOT** ».

**Voir notre article Matrice SWOT : exemples et modèles à remplir (Word, Excel, Pwt)**

Afin d'être complet, vous pouvez mixer une approche SWOT avec une **analyse PESTEL** de l'environnement.

**Voir notre article Analyse PESTEL : définition, exemple concret et tableau Word.**

## **Deuxième étape de l'étude de marché : la concurrence.**

Il y a peu de chance pour que vous soyez le premier à vous lancer sur votre marché. Et ce n'est que **si vous connaissez vos concurrents** que vous pourrez **vous différencier**.

Vous devez donc vous renseigner sur vos concurrents : **qui ils sont, ce qu'ils font, comment ils le font**. Cela constituera la deuxième étape de votre étude de marché. Ce n'est qu'à cette condition que vous pourrez proposer une **véritable valeur ajoutée** à vos clients.

En effet, il ne servirait à rien de faire ce qui existe déjà sous la même forme et de la même manière. Par contre, proposer un nouveau produit, ou un produit existant mais sous une autre forme, distribué à travers d'autres canaux, ou encore avec un niveau de gamme différent, vous permettra de faire votre place.

**Pour savoir comment analyser concrètement vos concurrents, voir notre article Analyse de la concurrence : méthodologie en 4 étapes.**

## **Etape 3 de l'étude de marché : l'analyse de la demande.**

Dernière des étapes de l'étude de marché : la question est désormais de savoir **qui achète les produits ou services** de vos concurrents. Car c'est potentiellement à eux que vous allez adresser votre offre.

Vous ne pourrez **satisfaire leurs besoins** mieux ou autrement que si vous les connaissez bien. Il est donc essentiel de **savoir qui ils sont**, comment, quand et où ils consomment, leurs attentes, leurs freins, leurs motivations d'achat, ou encore les canaux de communication qu'ils utilisent.

Pour cela, il est fortement conseillé de réaliser une enquête ou un **questionnaire** auprès de vos clients potentiels : ce sera une étape majeure de votre étude de marché, pour ne pas dire le point d'orgue.

**Voir notre article Faire un questionnaire d'étude de marché : tout savoir.**

## **Conclusion sur les étapes de l'étude de marché.**

A vous ensuite, en fonction de toutes les informations recueillies, de définir un **positionnement porteur pour votre produit**, si possible distinctif par rapport à vos concurrents. En proposant une réelle valeur ajoutée et en sachant la promouvoir, vous mettrez toutes les chances de votre côté pour générer du chiffre d'affaires !

## Approfondissez vos connaissances :

- **Méthodes d'étude de marché : les 8 meilleures**
- **Etude de marché : un exemple gratuit (modèle Word)**

*La rédactrice de cet article est Anne-Flore Adam, Docteur en entrepreneuriat, Formatrice et conseillère pour les entrepreneurs.*

## L'étape d'après : élaborer votre plan financier.

Le plan financier vous permettra de traduire les résultats de votre étude de marché en chiffres et de **mesurer votre rentabilité**.

WikiCréa a élaboré un modèle de plan financier Excel, gratuit et facile d'utilisation. **Cliquez ci-après pour y accéder : [Modèle de plan financier](#).**

## Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne, 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.](#)**

## Des fichiers Excel pour gérer votre entreprise (gratuit).

WikiCréa a mis au point des outils Excel gratuits pour gérer votre entreprise :

- un modèle de **plan financier**, indispensable pour obtenir des financements : **cliquez ici**,
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : **cliquez ici**,
- un **document de suivi du chiffre d'affaires**, **obligatoire en micro-entreprise** : **cliquez ici**,
- un **modèle de suivi de trésorerie** : **cliquez ici**.