

**Fiche – Liste des informations à collecter sur le contexte du marché***Ressource du livre « Créer mon entreprise en 6 semaines »* ***-*** [*http://www.lextenso-editions.fr/ouvrages/document/233818139*](http://www.lextenso-editions.fr/ouvrages/document/233818139)

|  |
| --- |
| **Le marché en général** |
| * **Les chiffres clés**(Nombre d’entreprises, Nombre de créations d’entreprises de ce secteur…)
* **L’évolution du marché**(Evolution du marché depuis 3 ans, Perspectives d’évolution du marché à moyen terme​…)
* **La segmentation du marché *(local, régional, national / concentré ou avec beaucoup d’acteurs / …)***
* **Les conditions d’accès au marché et les différents facteurs législatifs, les évolutions réglementaires éventuelles**
* **Les tendances d’évolution du marché** à prendre en considération pour votre projet, notamment sa maturité
* **Les tendances marketing, sociétales, technologiques** sur ce marché *(le « local », la personnalisation, le « drive », le partage, …)*
* **Les innovations du marché et les facteurs technologiques**
* **Le cas échéant, l'environnement politique qui peut influer sur le marché *(****réglementations à venir ou supprimées, présence ou pas de lobbying, présence ou pas de militants syndicaux forts sur ce marché, de politique régionale favorable ou non...etc.)*
* **Le cas échéant, les facteurs économiques qui influent sur le marché *(****augmentation du SMIC qui redonne du pouvoir d'achat, de l'évolution des taux d'intérêt qui permettent d'emprunter plus ou moins facilement, du taux d'inflation, de la confiance en l'avenir des clients...etc.)*
* **Le cas échéant, les facteurs environnementaux et écologiques**
* **Les éléments financiers du marché *(****Chiffre d’affaires (CA) du secteur, Marge brute en % du CA ; Résultat courant en % du CA ; Crédit fournisseurs en jours ; Rotation stocks en jours ; Besoin en fonds de roulement en jours de CA…)*
 |
| **Les clients** |
| * **Nombre de clients**
* **Panier moyen**
* **Le mode habituel de distribution pour les offres de ce marché**
* **Le profil de la clientèle *(Age, sexe, catégorie socioprofessionnelle, comportements, revenus, conditions de vie, éducation…. Tout ce qui peut vous aider à définir la segmentation de votre clientèle…)***
* **Le comportement de la clientèle *(Les habitudes de consommation de la clientèle – Les comportements d’achat de la clientèle - Les***[***motivations***](http://business-builder.cci.fr/guide-creation/letude-de-marche/agir-comprendre-les-clients#MOtivation)***d'achats - Leur processus d'achat - Leur localisation - Leur***[***prix***](http://business-builder.cci.fr/guide-creation/letude-de-marche/agir-comprendre-les-clients#Prix)***psychologique - Sont-ils fidèles sur ce marché à leur fournisseur habituel ?)***
* **L'influence des clients (*Quelle influence les clients peuvent-ils avoir sur le marché ? Sur les prix ? Sur le produit ? Sont-ils fidèles ou pas ? Ont-ils l’habitude de négocier ? ...)***
* **Les tendances de consommation**
 |
| **Les principaux acteurs du marché (= vos concurrents)** |
| * **Qui sont-ils ? *Ne collectez d'informations que sur les principaux acteurs qui vous concernent ou sur des catégories d'acteurs (par exemple, les bijoux fantaisies / les bijoux moyenne gamme / les bijoux haut de gamme).***
* **Quelle est leur offre (en synthèse) ?**
* **Quel est leur positionnement**
* **Que font-ils de particulièrement efficace ? *(Leur communication, leur tarification, leur relation-clients...)***
* **Si possible, quelle est leur part de marché ?**
* **Quelle est leur stratégie de développement ?**
* **Quels sont les futurs entrants possibles ?**
* **Comment pourraient-ils réagir face à votre entrée sur le marché ?**
* **Comment ces acteurs sont-ils organisés ? Sont-ils regroupés ou pas ? Y-a-t-il de nombreux petits acteurs qui proposent une offre similaire ou uniquement quelques grands acteurs ?**
* **Le coût de changement de fournisseur est-il élevé ou pas pour les clients ? *En termes de nouveaux apprentissages (apprendre le fonctionnement d'une nouvelle box internet par exemple), de logistique (renvoyer son équipement actuel et aller chercher le nouveau à la Poste par exemple), financier (payer des frais de résiliation) ...***
* **Quels sont les produits ou services de substitution (= les concurrents indirects) *(par exemple, les systèmes de conférences à distance sont, dans une certaine mesure, des concurrents du train ou de l’avion puisqu’ils permettent de se réunir sans se déplacer)***
 |
| **Autres informations importantes pour votre projet** |
| * **Les fournisseurs sont-ils influents ? Ont-ils un fort pouvoir de négociation (par exemple car ils sont peu nombreux)**
* **Y a-t-il des partenaires incontournables ?**
* **…**
 |