

ÉTUDE DU MARCHÉ PRODUIT

L'étude du marché produit est le fait de rechercher des **informations quantitatives et qualitatives sur l'Offre et la Demande d'un marché produit précis**.

Attention, il ne s'agit pas de faire une étude de votre magasin ; vous n'étudiez pas uniquement votre concurrence et votre clientèle **mais l'ensemble des consommateurs et des acteurs de l'offre pour la famille de produit étudiée**.

Exemple : si votre action d'animation porte sur la mise en avant d'un produit bio, votre étude de marché va porter sur l'ensemble du marché bio en repérant les différents acteurs de l'offre (toutes les entreprises/marques... qui se confrontent sur ce marché) et de la demande (les consommateurs de cette famille de produits).

Votre **objectif final**, est d'**analyser** par **écrit** et à l'**oral qui consomme et qui distribue** cette famille de produit.

Vous devez donc **exploiter tous les outils** mis à votre disposition pour **trouver l'information**(recherche via Internet, recherche en bibliothèque, magazines professionnels, enquêtes externes existantes sur le sujet, documents internes existants sur le sujet, reportage TV etc...) et rester en **veille commerciale** (pour pouvoir collecter, repérer, recenser et analyser l'information).

C'est donc un **travail de recherche** dans un premier temps et d'**analyse** dans un second temps.

Afin d'organiser votre analyse, ne pas faire de répétition et être clair et concis, je vous conseille de récapituler vos informations sous forme de tableau, en n'oubliant pas d'indiquer vos sources. Vous pouvez ensuite en qqs lignes analyser votre tableau.

IDENTIFICATION DU MARCHÉ		ANALYSE
SITUATION GENERALE DU MARCHÉ	ASPECTS QUANTITATIFS	CA, PDM, VOLUME DE VENTE.....
	ASPECTS QUALITATIFS	Analyse évolution +/- Innovation.....
	PERSPECTIVES	De progression, d'innovation, saturation du marché, stagnation.....
L'OFFRE	LES ACTEURS (formes de commerce)	GD, GM, GSS, Mag Ind..... Qt: poids, PDM.... Ql: image....
	LES ENSEIGNES	Jouéclub, la grande recrée, carrefour, Toy's..... Qt: poids, PDM.... Ql: image....
	LES MARQUES	Smoby, matel, hasbro.... Qt: poids, PDM.... Ql: image....
	PERSPECTIVES	De progression, d'innovation, saturation du marché, stagnation.....
LA DEMANDE	ASPECTS QUANTITATIFS	PM, Consommation Moyenne, % de renouvellement,....
	ASPECTS QUALITATIFS	Profil- type du consommateur (sexe, âge, CSP, mobiles....)