



Étude de Marché : Valider Votre Projet avec Simplicité

**Association de
conseil**

**Réseau national
depuis 45 ans**

**Prise en charge
possible selon les
accompagnements
/formations**



Pourquoi une Étude de Marché est-elle indispensable ?

Réduire les risques

Évitez les erreurs coûteuses en validant votre idée avant de vous lancer

Comprendre vos clients

Découvrez leurs besoins réels, leurs habitudes et leurs attentes

Ajuster votre offre

Adaptez votre produit ou service aux demandes du marché

Convaincre vos partenaires

Présentez des données concrètes aux banques, investisseurs ou associés



Les 4 étapes clés de votre Étude de Marché

01

Définir vos objectifs

Quelles questions voulez-vous absolument résoudre pour votre projet ?

02

Identifier votre cible

Qui sont vos futurs clients ? Où les trouver ?

03

Collecter les données

Questionnaires, entretiens, observation directe du marché

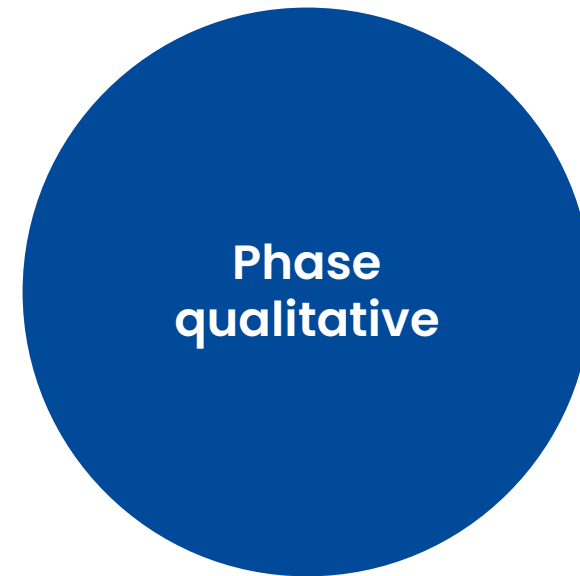
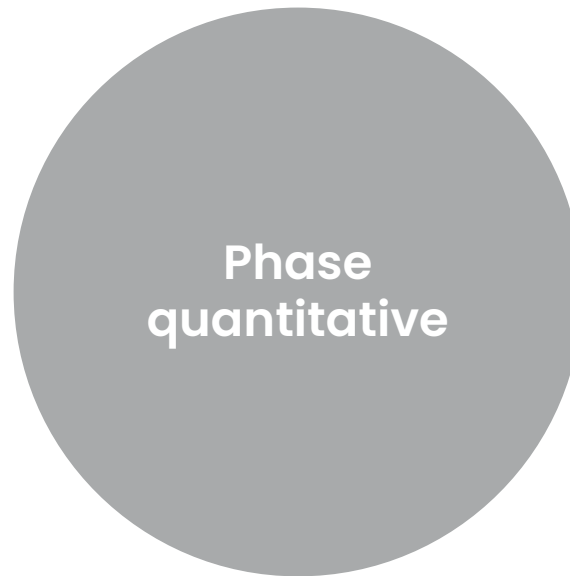
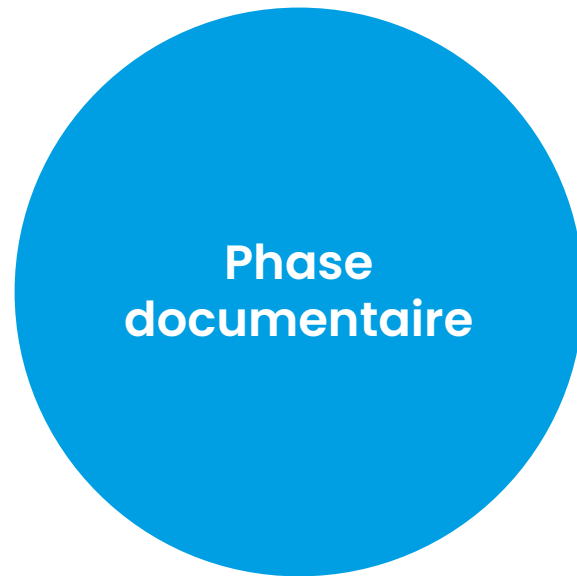
04

Analyser et décider

Interpréter les résultats pour ajuster votre stratégie



Comment y répondre ?



Phase documentaire

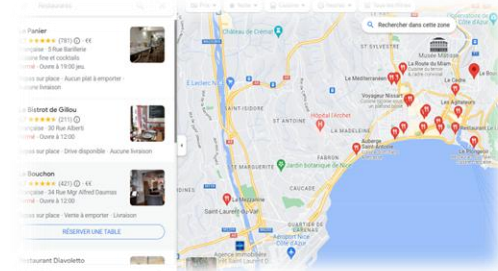
Objectif : collecter des données existantes pour mieux connaître le marché.

Où chercher ?

- Données publiques (ex. INSEE, CCI France, Statista,...)
- Articles de presse, rapports sectoriels
- Sites d'annonces, statistiques locales, études déjà publiées



Société.com



Google Maps



AEF.CCI.FR



BPI France

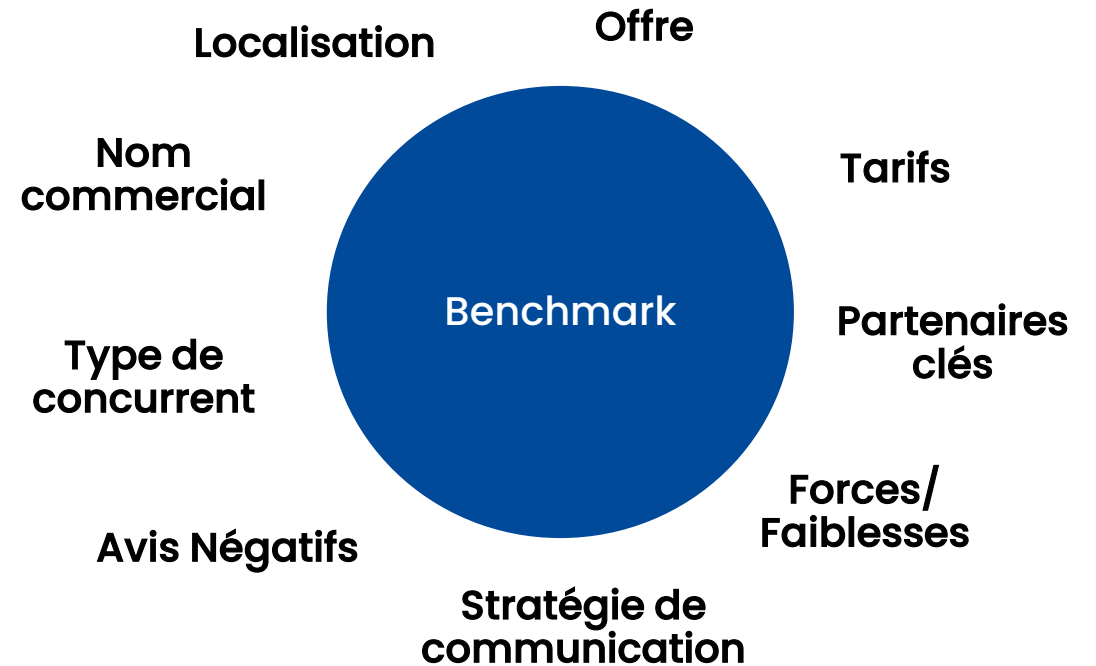
+ Sites spécialisés et réseaux sociaux



Phase documentaire

Exemples de données :

- Nombre d'habitants, âge, revenus
- Concurrents présents
- Tendances de consommation



Phase quantitative

Objectif : mesurer les comportements, besoins ou opinions d'un grand nombre de personnes.

Méthodes :

- Questionnaire en ligne ou papier
- Sondage dans la rue ou en magasin

Construction :

- Un petit résumé de votre projet
- Question fermées (oui/non, choix multiples)

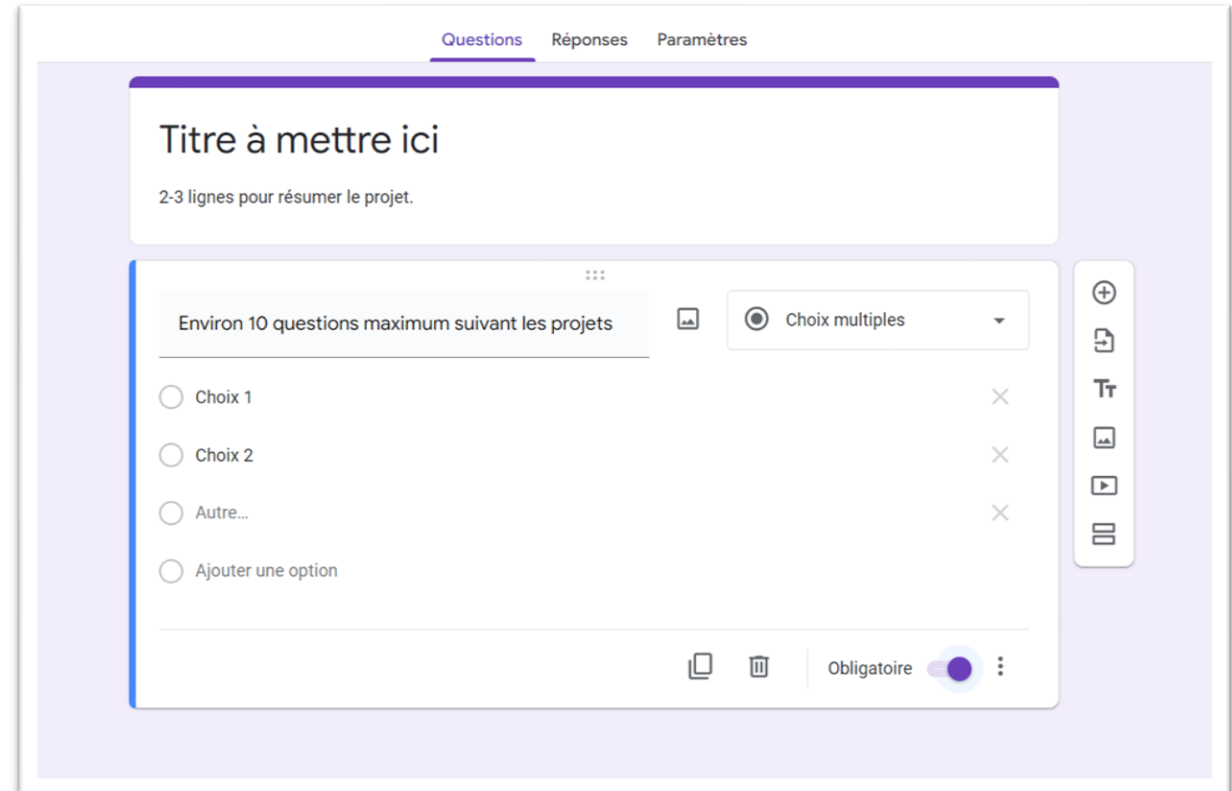
Exemple : "Combien de fois par semaine achetez-vous du pain ?"



Google Forms : votre outil gratuit et puissant

Pourquoi Google Forms ?

- 100% gratuit et accessible
- Interface simple et intuitive
- Partage facile par email ou réseaux sociaux
- Analyse automatique des réponses
- Compatible mobile et ordinateur



The screenshot displays the Google Forms editor interface. At the top, there are three tabs: "Questions" (selected), "Réponses", and "Paramètres". Below the tabs is a text box for the form title, labeled "Titre à mettre ici", with a subtitle "2-3 lignes pour résumer le projet." Below the title is a question editor. The question text is "Environ 10 questions maximum suivant les projets". To the right of the question text is a dropdown menu set to "Choix multiples". Below the question text are four radio button options: "Choix 1", "Choix 2", "Autre...", and "Ajouter une option". At the bottom right of the question editor, there is a toggle switch for "Obligatoire" (required), which is currently turned on. A vertical toolbar on the right side of the editor contains icons for adding, deleting, and duplicating questions, as well as a share icon.



Maximiser la diffusion de votre questionnaire



Réseaux sociaux

Partagez sur Facebook, LinkedIn, Instagram avec un message personnel engageant



Cercle proche

Envoyez à vos contacts : famille, amis, collègues qui correspondent à votre cible



Terrain direct

Présentez votre QR code dans la rue, marchés, commerces de proximité



Groupes locaux

Diffusez dans les groupes Facebook de votre ville, forums locaux, associations

Astuce : Attendez au moins 50 réponses pour avoir des données représentatives




Exemple : Emerveille tes sens - Vence

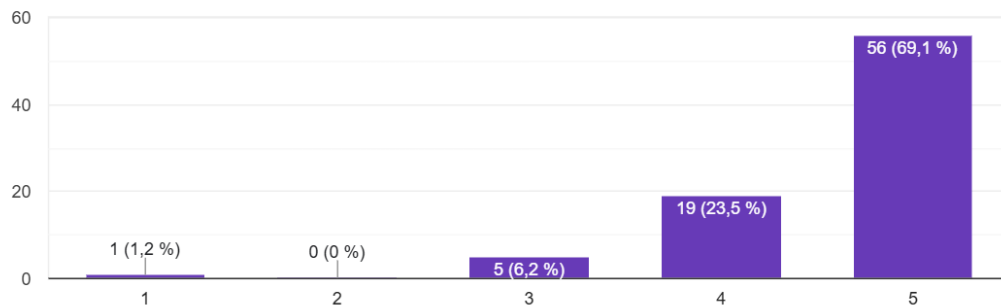
Madame a réalisé une étude de marché aux alentours de Vence.

- Elle a réalisé un questionnaire Google Forms
- Des questions fermées : Intêret pour le concept, âge des enfants, la localisation, le budget, fréquence, ...
- Madame a partagé son questionnaire sur des groupes Facebook de la region.
- Elle a obtenu environ 80 réponses avec un intêret pour son concept.
- Elle a réorganiser son projet au travers des réponses.

Sur une échelle de 0 à 5, quelle place accordez-vous au développement de sens (odorat, toucher, ouïe, vue, goût) de l'enfant ?

 Copier le graphique

81 réponses



Phase qualitative

Après avoir collecté les données quantitatives, l'étude qualitative vous permet de sonder les motivations et les perceptions profondes de votre cible.

Entretiens Approfondis

Dialogues individuels pour explorer les perceptions, les émotions et les expériences détaillées des participants.

Groupes de discussion

Rassembler un petit groupe 5-6 personnes (max) afin d'échanger sur un produit/service de manière ciblée et critique.

Observation terrain

Passer du temps auprès des commerçants, des habitants pour comprendre comment ça se déroule dans la réalité.

Groupes de discussion

Types de questions :

- ouvertes, pour approfondir les motivations et accentuer l'échange.

Exemple : "Qu'est-ce qui vous donnerait envie de changer de boulangerie ?"



Exemple : Emerveille tes sens - Vence

Madame a réalisé une étude de marché aux alentours de Vence.

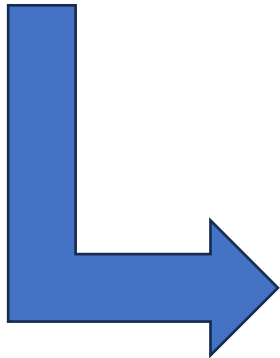
- Prise de contact avec les structures de type crèche, association, ... pour connaître l'intérêt du projet
- Rencontre terrain auprès des habitants
- Rencontre des institutions (mairie en particulier)
- Confirmation dans la réalité du retour sondage



Analyse des résultats & passage à l'action

Regrouper et synthétiser les données :

- *Qui ?*
- *Quoi ?*
- *Pourquoi ?*
- *Où ?*
- *Comment ?*



- Adapter son offre : prix, emplacement, communication...
- Ajuster son projet selon les résultats de l'étude.
- Élaborer un business plan réaliste.
- Continuer à suivre le marché régulièrement.



Résumé

- L'étude de marché est une étape indispensable avant de lancer son projet.
- Elle se fait en 3 temps : documentaire, quantitative, qualitative. (à déterminer selon le besoin)
- Elle permet de mieux connaître son environnement et de limiter les risques.
- Des outils gratuits et accessibles existent pour tout le monde.





Questions/réponses

