

Début de réflexion d'une étude de marché

Connaissances sur le marché	Ce que je sais	Ce que je dois approfondir
Evolution de la consommation à différentes échelles géographiques		
Evolution de la demande à différentes échelles géographiques		
Type de produits et prix pratiqués		
Circuits de distribution exploitables		
Clientèle touchée par ces types de produits		

Stratégie Commerciale	Ce que je sais	Ce que je dois approfondir
Ai-je défini mes objectifs qualitatifs (cahier des charges, label...) et quantitatifs, par réseau de commercialisation (gros, vrac, vente directe) ?		
Ai-je déterminé le type de clientèle visée (âge, catégorie socioprofessionnelle, origine géographique, goût...) ?		
Ai-je des accords de distribution et suis-je capable de réaliser de la prospection commerciale ?		
Ai-je analysé la zone de chalandise (territoire sur lequel habitent ou transitent les clients potentiels d'un point de vente)		

Stratégie Commerciale	Ce que je sais	Ce que je dois approfondir
Quelle politique de produit vais-je adopter (gamme, conditionnement, emballages, SAV, produits nouveaux, types de services...) ?		
Mes produits sont ils adaptés au public que je vise ?		
Quelle politique de prix vais-je adopter (par rapport à mon prix de revient, prix par réseau de commercialisation, condition de paiement...) ?		
Ai-je analysé la concurrence, et quelle stratégie vais-je avoir vis-à-vis d'elle ?		
Comment vais-je organiser la communication sur mes produits et/ou services et quels outils et supports vais-je utiliser ?		