

ETUDIER ANALYSER

→ COMMANDITAIRES

Toutes les entreprises, start-up, PME, grands groupes, quelque soit leur taille se montrent intéressées par ce type de prestation, particulièrement les entreprises qui cherchent de nouveaux débouchés pour leurs produits et qui souhaitent investir de nouveaux marchés

→ OBJECTIFS & DÉFINITION

● DÉFINITION :

Poser un cadre factuel et analytique sur les idées de produits ou de services. C'est le moyen de maximiser les chances de succès des nouveaux projets, mais c'est aussi l'outil d'aide à la décision qui permet d'abandonner les projets trop aléatoires.

● OBJECTIFS :

L'étude et l'analyse du marché ont pour objectif de:

- Comprendre les attentes du marché
- Mesurer le marché et anticiper son évolution
- Identifier les concurrents et mesurer leur dangerosité
- Identifier l'ensemble des acteurs et leurs interactions

En fin de compte, les travaux d'études et d'analyses favorisent la compréhension des besoins des utilisateurs finaux. L'entreprise peut donc mieux les satisfaire. De plus, ces travaux ont pour objectif d'identifier les exigences des intermédiaires et des autres acteurs, condition nécessaire mais non suffisante à respecter pour assurer le succès d'un projet.

Les travaux d'études et d'analyses replacent l'utilisateur et ses besoins au cœur de la réflexion de l'entreprise.

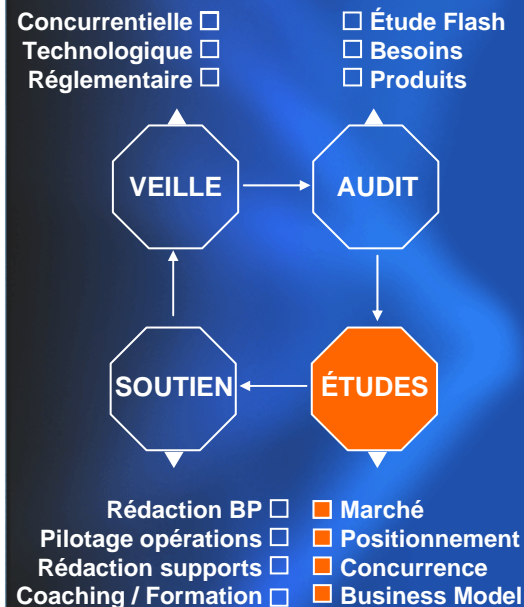
→ MÉTHODE EMPLOYÉE

Alliance de connaissances théoriques et de capacités à recueillir et exploiter des données collectées sur le terrain, l'étude et l'analyse d'un marché représentent un exercice complet. En général, une étude de marché se déroule sur 3 mois.

Au cours de ce processus, la participation active des porteurs du projet et des dirigeants de l'entreprise est recherchée. En effet, la définition du marché peut faire appel à une phase de brainstorming préalable. La collecte des informations sur le terrain constitue un premier contact avec les clients potentiels riches d'enseignement.

Les étapes de définition du marché, d'enquête terrain et d'analyse de l'environnement s'enrichissent mutuellement. Elles peuvent être menées partiellement de front.

Notre conviction : Confier l'étude et l'analyse de son projet à une équipe d'experts extérieure permet d'obtenir des conclusions objectives et impartiales

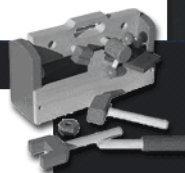


www.mcpmarketing.com

Tél . 04.67.60.23.05

Fax . 04.67.55.65.13

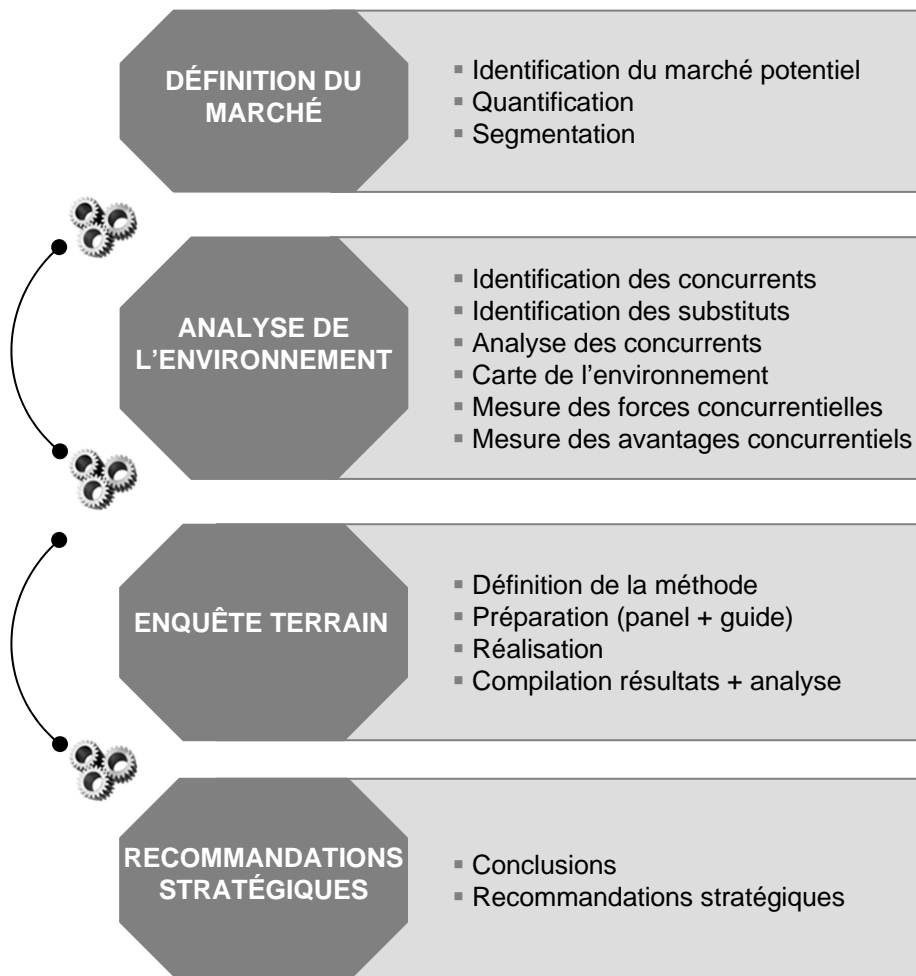
Z.A Clément ADER
20 rue des frères Lumière
3 4 8 3 0 J A C O U



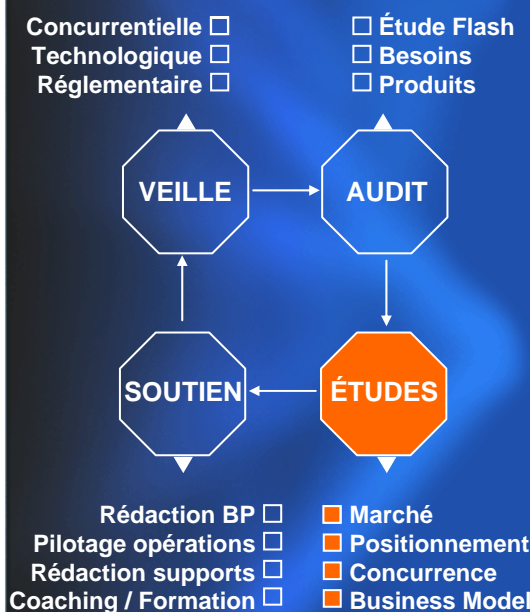
ETUDIER ANALYSER

→ ORGANISATION

L'étude et l'analyse de l'environnement s'architecturent autour de quatre grandes étapes selon un processus itératif..



Notre conviction : Confier l'étude et l'analyse de son projet à une équipe d'experts extérieure permet d'obtenir des conclusions objectives et impartiales



→ LES BÉNÉFICES

A l'issue de l'étude, le client possède une vue claire et argumentée de son environnement et des évolutions possibles. Il peut donc prendre des décisions pertinentes relativement à ses nouveaux projets.

De plus, MCP Marketing aura pris la peine de lui fournir le modèle de mesure de son marché ainsi le client peut faire varier ses hypothèses de travail et mesurer leur impact sur son marché accessible.

www.mcpmarketing.com

Tél . 04.67.60.23.05

Fax . 04.67.55.65.13

Z.A Clément ADER
20 rue des frères Lumière
3 4 8 3 0 J A C O U