

Extrait du econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

<http://econokoi.org>

etude-de-marche

- marketing - A connaître -

Marketing ○

Date de mise en ligne : mardi 19 dcembre 2006

Description :

L'étude de marché n'est pas une fin en soi : elle aide prendre les décisions relevant de la phase du marketing actif...

econokoi.org - A faire, à penser pour une économie solidaire

L'étude de marché n'est pas une fin en soi : elle aide à prendre les décisions relevant de la phase du marketing actif. Elle apporte des réponses aux questions que pose l'introduction de produits/services sur un marché comme par exemple :

- ▶ Quels sont les consommateurs que peut intéresser le produit/service ?
- ▶ Quels sont les points de vente qui lui conviendraient le mieux ?
- ▶ Quels prix sont pratiqués par des produits analogues ?
- ▶ Comment commerce-t-on sur ce marché ?
- ▶ Quels sont les meilleurs arguments pour ce produit ou service ?
- ▶ Quelles réponses apporte-t-il aux attentes des consommateurs, négociants, fournisseurs potentiellement intéressés ?

L'étude de marché est avant tout un état d'esprit marqué par le goût de l'observation et de la discussion. Il est généralement fait appel à quatre grandes catégories de techniques d'étude :

- ▶ l'observation ;
- ▶ le dialogue et l'interrogation ;
- ▶ la documentation ;
- ▶ l'essai ou test d'un produit ou service.

Enfin, l'étude de marché met l'accent sur les conditions de fond de réussite des projets économiques et sur le fait que l'entreprise est d'abord communauté, toujours partage de compétences et de savoirs. Elle doit se trouver des alliés, là où elle se sent mal armée.