

Présentation du projet

(Aide STMG Mercatique)

Introduction :

Présentation de l'entreprise ou du projet de création (selon le cas)

Partie I :

Analyse des composantes du marché de l'entreprise

Analyse de la demande :

- ✓ Qui achète ?
- ✓ Pourquoi (les différentes motivations – les freins, les besoins – achat impulsif, routinier, réfléchi...) ?
- ✓ Quand (fréquence d'achat - Facteurs situationnels ...) ?
- ✓ Où (lieu d'achat – Unités physiques ou virtuelles ...) ?
- ✓ Comment ?
- ✓ Combien (en valeur, en volume, consommation par agent, ...) ?
- ✓ ...

Analyse de l'offre :

- ✓ Le produit (composition – bien ou service)
- ✓ Offre globale ou non (avec service(s) associé(s))
- ✓ Le design (l'emballage – le conditionnement – le style des locaux – tenu du personnel, ...)
- ✓ Marketing sensoriel
- ✓ Positionnement (luxe – haut de gamme – moyen de gamme – entrée de gamme)
- ✓ Cible(s) (âge – activité – sexe- ...)
- ✓ Gamme de produits (largeur, profondeur – étendue)
- ✓ Distribution (direct –canal – unité physique – unité virtuelle - ...)
- ✓ Politique de prix (unitaire – différencié – forfaitaire - ...)

Analyse de l'environnement :

- ✓ Concurrence (interne – externe)
- ✓ Population – acheteurs potentiels – non consommateurs relatif (marché local, national, ...)
- ✓ Politique
- ✓ Technologique

✓

Diagnostique Mercatique

Forces	Faiblesses
....
Opportunités	Menaces
....

Partie II :

Plan de marchéage et proposition de solution(s) - les actions :

- ✓ sur le produit
- ✓ Sur le prix (politique de prix)
- ✓ Sur la communication (type de communication, audience, conatif, cognitif, affectif, ...)
- ✓ Sur la distribution (unités de distribution)

Conclusion

Annexes :

Sur supports papier et numériques :

- ✓ Les articles de presse ayant permis l'analyse (sources fiables, documents les plus récents possibles)
- ✓ Questionnaire(s) (enquête et/ou entretien)
- ✓ L'analyse de vos recherches (tableaux, graphiques, ...) sur supports numériques

Précisions :

- ✓ Expérience de consommation
- ✓ Notion de valeur (reçue et perçue)
- ✓ Satisfaction du client différence entre
 - coût total (monétaire, psychologique et de transaction)
 - valeur globale (usage, relation de service et image)