

Entreprises

Publié le 19/11/2022

Projet de création d'entreprise : comment faire une étude de marché

Vous avez un projet ? Faire une étude de marché est **indispensable** pour **réussir votre projet** de création d'entreprise. L'étude de marché permet de savoir si votre projet a une chance ou non d'être **rentable**. Elle doit se faire en **plusieurs étapes**.

S'informer sur la méthodologie et le marché

Qu'est-ce qu'une étude de marché ?

L'étude de marché consiste en la description précise et **l'analyse** fine des **4 éléments** qui constituent votre marché, c'est-à-dire :

Le produit que vous allez vendre : **l'offre**

Les clients qui vont l'acheter : **la demande**

L'environnement : l'époque, le lieu, les tendances, les technologies, les concurrents, la législation, etc.

La façon dont vous allez le vendre : les canaux de distribution et **la stratégie commerciale** (marketing).

Quels outils utiliser pour réaliser une étude de marché ?

Pour réaliser votre étude de marché, vous avez besoin des **outils suivants** :

Enquêtes de terrain

Questionnaires

Recherches (internet, sites officiels, sites économiques, presse spécialisée, réseaux sociaux, blogs)

Analyses et conclusions à partir des informations récoltées

Pour récolter ces informations, vous pouvez interroger vos concurrents, les entrepreneurs du secteur, vos futurs clients et des accompagnateurs de projets (CCI , CMA , France Travail (anciennement Pôle emploi), réseaux d'entrepreneurs, pépinières d'entreprises).

Le Pôle de Ressources et d'Information Sur le Monde de l'Entreprise (PRISME) met à disposition **des études de marché couvrant l'ensemble des secteurs** de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers.

Où s'adresser ?

Pôle de ressources et d'information sur le monde de l'entreprise (Prisme)

Le Prisme est un espace au sein de la **Bibliothèque François-Mitterrand** (BnF, Paris 13) rassemblant de la documentation à destination des professionnels (études de marché, annuaires professionnels, presse spécialisée, etc.). Ces ressources sont consultables **sur place uniquement**.

Adresse

Quai François Mauriac

75706 Paris

Horaires

Lundi : Fermé

Mardi au Samedi : 10:00 - 20:00

Dimanche : 13:00 - 19:00

Téléphone

01 53 79 59 59

Tarifs

5 € pour un ticket journée / 24 € pour un Pass annuel

Accès gratuit pour les demandeurs d'emploi et bénéficiaires des minima sociaux

Accès gratuit pour tous à partir de 17h uniquement.

À noter

Vos analyses doivent être fondées sur la **réalité du terrain** (du marché) et sur des **données chiffrées**. L'étude de marché est constituée d'informations **quantitatives** mais aussi **qualitatives**.

Définir qui réalise l'étude de marché

1^{ère} possibilité : vous-même

En tant que porteur du projet, vous pouvez réaliser **vous-même** votre étude de marché.

Vous n'avez pas besoin d'avoir fait des études d'économie pour réaliser votre étude de marché. Il suffit de prendre le temps nécessaire.

2^{ème} possibilité : un tiers

Vous pouvez la **faire réaliser** par un professionnel, mais il est impératif que **vous y participiez** de près.

En tant que futur entrepreneur, vous devez **vous impliquer** dans cette étude de marché.

Les organismes suivants peuvent réaliser cette étude :

Des **accompagnateurs professionnels** de projet : CCI , CMA , Réseau Entreprendre , BGE Appui aux entrepreneurs : faible coût ou gratuit ou financements possibles

Des **étudiants en école de commerce** : faible coût ou gratuit

Des **cabinets d'étude privés** (experts en entreprises, en fiscalité, experts-comptables, etc.) : payant (entre 2 000 € et 7 000 € environ), mais des financements sont possibles

Où s'adresser ?

Chambre des métiers et de l'artisanat

Où s'adresser ?

Chambre de commerce et d'industrie (CCI)

Où s'adresser ?

Ordre des experts-comptables

Analyser votre offre

Votre offre correspond à **votre produit** ou à votre service.

Vous devez décrire cette offre en apportant des informations **qualitatives**.

Il s'agit de répondre **précisément** aux **questions** suivantes :

Que représente votre produit, quelle est son **image** dans l'esprit des consommateurs ? Que symbolise-t-il ?

Quelle est sa **valeur ajoutée** par rapport aux produits des concurrents ?

À quel **besoin** répond-il ?

Quelle **solution** apporte-t-il ?

Quel espoir apporte-t-il ?

À noter

La chambre de commerce et d'industrie met à disposition un outil pour analyser les besoins de votre clientèle : la méthode Canvas.

- Travailler sur les besoins de votre future clientèle : méthode Canevas de la Chambre de commerce et d'industrie

Analyser votre demande

Votre demande correspond à vos futurs **clients**.

Vous devez en faire la description par des informations **qualitatives**.

Pour cela, soyez **le plus précis** possible.

Il s'agit de **répondre** aux **questions** suivantes :

À qui s'adresse votre offre de produits ou de services ?

Où vivent vos futurs clients ? Comment ?

Quel est leur **âge**, leur sexe ?

Quelles sont leurs **habitudes**, leurs loisirs ?

Quels sont leurs **problèmes** ? Et les **solutions** qu'ils choisissent ?

Quels sont leurs relations sociales ? Leurs **réseaux** ? Leurs moyens de communication ?

Analyser l'environnement de votre projet

Votre environnement est constitué de tous les paramètres **extérieurs** qui vont **influencer** votre offre et votre demande.

Vous devez **répondre** aux **questions** suivantes :

Quelle est la tendance du marché ?

Quels sont vos concurrents principaux ? Qu'apportent-ils de plus ou de moins que vous ?

Y-a-t-il un événement à venir qui modifiera le contexte ? Exemples : les Jeux Olympiques, une fermeture d'usine.

Dans quel environnement technologique votre produit ou service va-t-il apparaître ?

Y-a-t-il une législation particulière qui contraint ou modifie votre stratégie ?

Avez-vous prévu les impacts écologiques de votre projet et les solutions à apporter ?

Il peut être utile de créer une **veille sur vos concurrents**, c'est-à-dire surveiller leurs évolutions marketing, leurs développements, etc..

L'Insee met à disposition des **outils** pour constituer des **listes de concurrents** et pour **analyser l'environnement** de votre projet :

- Lister vos concurrents
- Insee : portrait économique d'un territoire
- Annuaire des entreprises : rechercher toutes les informations d'une entreprise

Définir votre stratégie commerciale

Vous devez déterminer **comment vous allez vendre** votre offre sur le marché.

La stratégie commerciale s'appelle aussi de différentes façons : une **stratégie marketing**, un **business model**, un **mix-marketing** ou encore un **modèle économique**.

Répondre aux questions suivantes

De quelle façon allez-vous faire connaître votre entreprise, quelle promotion (publicité) sera réalisée pour votre produit ?

Quels seront vos tarifs ?

Quels seront vos fournisseurs ?

Par qui sera fabriqué votre produit ?

Quels seront vos canaux de distribution, où sera vendu votre produit (internet, réseaux professionnels, boutiques etc.) ?

Quelle sera la relation avec vos clients, comment les fidéliser ?

Où seront stockés vos produits ?

Quelles seront les pistes de développement de votre activité (internet, national, international, etc.) ?

Cibler toutes les contraintes

Il s'agit de prévoir ce qui peut freiner votre activité.

Vous devez identifier ce qui peut faire grimper vos coûts : de stockage, production, distribution, communication.

Exemple

Le cours fluctuant des matières premières influe-t-il sur votre production ?

Les fournisseurs du secteur ont-ils un monopole ?

La demande vis-à-vis de votre produit est-elle saisonnière ?

Construire votre budget prévisionnel

De quoi s'agit-il ?

Cette partie de l'étude de marché est **indispensable** à la **réussite** de votre projet.

Elle s'appelle également prévisionnel financier .

Elle découle de votre stratégie commerciale que vous avez définie dans votre étude de marché.

Ce sont des documents sous forme de **tableaux chiffrés**.

Le prévisionnel financier est composé de **4 parties** :

Compte de résultat (sur 3 ans)

Bilan prévisionnel

Plan de financement (sur 3 ans)

Budget de trésorerie ou plan de trésorerie (sur 12 mois)

À quoi sert un prévisionnel financier ?

C'est un **outil de suivi** de votre **situation financière**.

Les données de ces documents doivent être **mises à jour** ensuite tous les **6 mois** après la création de votre entreprise.

Il vous aide sur les points suivants :

Vérifier la rentabilité ou non de votre entreprise

Savoir si votre activité va ou non générer des bénéfices

Identifier vos besoins de financements

Demander des financements auprès des banques

Négocier avec vos fournisseurs

Convaincre des investisseurs

A savoir

Ce budget prévisionnel sera inséré dans votre .

Qui réalise le prévisionnel financier ?

Vous n'avez pas besoin d'être comptable pour initier la construction de ce document.

Il est cependant **conseillé** de vous faire **accompagner**

soit par des conseillers en création (par exemple la CCI , la CMA),

soit par des accompagnateurs de projet (par exemple le Réseau Entreprendre ou le Réseau BGE)

soit par un comptable ou expert-comptable.

Où s'adresser ?

Chambre des métiers et de l'artisanat

Où s'adresser ?

Chambre de commerce et d'industrie (CCI)

Où s'adresser ?

Ordre des experts-comptables

Étape n° 1 : le compte de résultat

Il s'agit d'un tableau où vous inscrivez vos charges (**dépenses**) et vos produits (**recettes**).

Après ce calcul, vous pourrez évaluer votre résultat.

Si vos produits sont plus élevés que vos charges, votre **résultat** est un bénéfice, sinon c'est une perte.

Vous devez **chiffrer vos charges**.

Les **charges d'exploitation** sont tout ce qui est nécessaire pour faire fonctionner votre entreprise :

Achat de marchandises et de matières premières

Frais de stockage

Frais généraux : loyer, assurances, entretien, etc.

Impôts et taxes : CET, taxe foncière, formation professionnelle continue, taxe d'apprentissage, etc.

Charge de gestion courante : fournitures, petit matériel, carburant

Rémunération du personnel : salaires, cotisations sociales

Durée de vie du matériel investi, c'est-à-dire la perte de valeur d'un bien investi et consacré à l'activité, du fait de l'usure du temps ou de l'obsolescence

À noter

Vous rencontrerez le terme dotations aux amortissements . L'amortissement est la perte de valeur d'un bien immobilisé de l'entreprise du fait de l'usure du temps ou de l'obsolescence. On les appelle aussi des immobilisations .

Les **charges financières** sont les remboursements d'emprunts.

Les **charges exceptionnelles** sont celles qui ne rentrent pas dans la gestion courante ni dans l'exploitation normale.

Elles n'ont pas d'impact sur le résultat d'exploitation (exemple : vente de matériel consacré à l'activité).

À noter

Vous rencontrerez le terme actifs cédés ou cession d'actifs . Il s'agit par exemple d'un bien ou d'un outil de production obsolète dont on se sépare dans le but (très souvent) de générer de la trésorerie.

Vous devez **chiffrer vos produits d'exploitation**, votre chiffre d'affaires (CA) : il s'agit de tout ce que vous vendez et de tout ce qui vous rapporte de l'argent grâce à votre activité.

Vous inscrivez le chiffre d'affaire issu de chacun des éléments suivants :

Vente de produits achetés (pour les revendre)

Vente de produits fabriqués par votre entreprise

Vente de la réalisation d'un service

Subvention d'exploitation versée par l'État ou les collectivités locales : une subvention qui aide par exemple à payer vos charges pour la fabrication et la production, ou à compenser le manque de chiffres d'affaires (CA)

Autres produits : financiers (exemple : participation dans d'autres entreprises), exceptionnels (exemple : subvention d'investissement qui aide par exemple à payer l'achat de matériel)

Étape n° 2 : le bilan prévisionnel

Il s'agit d'un tableau qui récapitule ce que possède l'entreprise : son .

Le patrimoine d'une entreprise est composé de l'actif et du passif.

L'actif : ce sont les biens et les droits qui serviront au fonctionnement de l'entreprise. Exemples : bâtiments, terrain, matériel, machines, mobilier, stocks.

Le passif: ce sont les moyens financiers qui permettent de payer vos actifs. Il s'agit des dettes et des capitaux.

Exemples : vos prêts bancaires, les apports en nature (voiture, ordinateur, etc.) ou en argent, les apports de vos associés à la création de l'entreprise ou par augmentation du capital.

Étape n° 3 : le plan de financement

Ce 3^e tableau est constitué de 2 éléments :

Vos besoins (BFR , immobilisations, remboursement d'emprunts)

Vos ressources (CAF , apports capitaux, comptes courants, souscription d'emprunts)

Il permet de voir si votre projet est viable.

Si vos ressources sont supérieures à vos besoins, vous pourrez constituer une trésorerie disponible. Sinon votre entreprise aura des difficultés de trésorerie et donc l'activité sera menacée.

Vous devez remplir les **prévisions** sur les **3 années** à venir.

2 ressources importantes doivent y figurer :

Les **besoins en fonds de roulement (BFR)** : il s'agit des frais de stocks, de créances clients, du paiement de vos dettes fournisseurs. Pour les calculer, vous devez évaluer les 3 points suivants :

Délai de rotation des stocks

Paiement des clients (vos créances)

Délai de règlement de vos fournisseurs

La **capacité d'autofinancement (CAF)** : il s'agit de votre résultat (= vos produits moins vos charges) + les dotations aux amortissements (= la somme des pertes de valeurs de vos immobilisations)

À savoir

Les **banques** se basent sur ce plan de financement prévisionnel pour étudier votre demande de prêt et calculer votre emprunt.

Étape n° 4 : le budget ou plan de trésorerie

Ce 4^{ème} tableau récapitule **mois par mois** vos **rentrées** et vos **sorties d'argent**.

Il s'agit des mouvements sur le compte bancaire de l'entreprise.

On l'appelle aussi un état mensuel de trésorerie .

Les rentrées d'argent sont nommées des encaissements.

Les sorties sont des décaissements.

Vous devez connaître les différents délais de paiement pour inscrire les sommes au mois qui convient.

Attention

certaines paiements de taxe (TVA, charges sociales, impôts sur les sociétés, etc.) sont versés par acomptes avec des soldes annuels. Vous devez connaître la date de paiement de l'acompte et celle du solde.

Questions - Réponses

- Quels professionnels peuvent aider dans la gestion d'une entreprise individuelle ou d'une société ?

Toutes les questions réponses

Et aussi...

- Recherche de financements pour créer ou reprendre une entreprise
- Accompagnement à la création d'entreprise
- Trouver la structure la plus adaptée pour tester son projet d'entreprise ou son activité
- Étape suivante : le business plan

Pour en savoir plus

- Pôle de Ressources et d'Information Sur le Monde de l'Entreprise (PRISME)
Source : Bibliothèque nationale de France (BNF)
- Réseau entreprendre : des entrepreneurs vous aident à créer
Source : Réseau entreprendre
- BGE : réseau d'accompagnateurs à la création d'entreprise
Source : BGE (ensemBLE pour Agir et Entreprendre)

Services en ligne

- Trouver un accompagnement adapté à la création de votre entreprise
Téléservice
- Travailler sur les besoins de votre future clientèle : méthode Canevas de la Chambre de commerce et d'industrie
Téléservice
- Lister vos concurrents
Outil de recherche
- Insee : portrait économique d'un territoire
Outil de recherche
- Annuaire des entreprises : rechercher toutes les informations d'une entreprise
Téléservice



VILLE DE
Châtillon

Hôtel de Ville

Horaires : Lundi, mardi, mercredi et vendredi : de 8h30 à 12h15 et de 13h30 à 18h

Jeudi : 13h30 à 19h — Samedi : de 8h30 à 13h30

Adresse : 1, place de la Libération, 92320 Châtillon

Tél. : 01 42 31 81 81