

Les études de marché sont indispensables à la prise de la bonne décision marketing.

« Pour mener des projets réalistes, anticiper les attaques de la concurrence, et les évolutions du macro environnement, détecter voire anticiper les attentes et besoins du consommateur, et le connaître, l'entreprise a besoin d'informations réalistes.

« Le domaine des études de marché est celui du recueil et du traitement des données sur la demande, l'offre, et l'environnement » (Mercator).

Elles sont une composante du SIM.

I les études Exploratoires : études documentaires et études qualitatives.

Les études exploratoires n'ont pas pour but de donner des infos représentatives, mais de montrer les différents aspects d'un sujet.

1°) les études documentaires

Elles consistent à sélectionner, synthétiser et analyser des informations secondaires, c'est-à-dire des infos qui n'ont pas été produites directement pour les besoins de l'étude.

L'avantage est qu'elles sont peu onéreuses et les infos données généralistes, mais l'inconvénient est que les données synthétisées ne sont généralement pas suffisantes pour répondre aux besoins de l'étude.

Une étude documentaire est un travail de collecte de sélection et d'interprétation de données.

Les sources de recueil des infos peuvent être internes : comptes clients, données de vente, ou externes : on line (internet ou off line (annuaires, presse, organismes publics...)).

2°) Les études qualitatives

Les [études de marché qualitatives](#) ont pour objectif est de comprendre le comportement, les motivations et les caractéristiques des consommateurs potentiels par rapport à l'achat d'un produit ou service.

Avec ce type d'étude, on cherche à obtenir des réponses sur le comportement des clients potentiels grâce à l'emploi de questions de type « Pourquoi ? ».

L'étude de marché qualitative porte sur un petit échantillon avec des investigations en profondeur. Elle peut se réaliser par des entretiens individuels ou par des discussions de groupe.

Elle ne permet donc pas de quantifier de façon représentative la réponse à une question, car elle s'appuie sur un nombre restreint d'individus. Elle permet d'éclairer une problématique.

On distingue deux grandes façons de mener des études qualitatives : les entretiens, et les Méthodes projectives

a/ Les entretiens :

Plusieurs méthodes existent pour réaliser une étude qualitative par entretien :

- a) Les entretiens individuels non directifs : la technique consiste à ne pas poser de question et à laisser parler librement l'interviewé en enregistrant en audio ou en vidéo. La personne qui réalise l'entretien se contente le plus souvent de relancer de temps en temps la conversation. C'est essentiellement un monologue et non un dialogue. Pour obtenir de bons résultats avec cette méthode, l'interviewer doit être très qualifié (souvent un psycho-sociologue) et l'entretien doit être long (1 heure par exemple).
- b) Les entretiens individuels semi-directifs : l'interviewer dispose d'un guide d'entretien avec les différents thèmes à aborder et à s'assurer que ceux-ci seront traités pendant l'interview. Cette méthode est davantage pratiquée.
- c) Les réunions de groupe : quelques personnes (8 à 12) sont réunies autour d'une table et parlent librement du sujet à aborder. Le rôle du psychologue se limite à éviter que les personnes dévient du sujet. La réunion s'appuie souvent sur un guide d'entretien. Cette méthode a pour avantage de créer une interaction sociale pour faire émerger des opinions, et elle a pour inconvénient que les participants peuvent ne pas être toujours sincères.
- d) Les focus groups : ce sont des réunions avec un nombre plus petit de participants (5 à 6), et qui portent sur un thème plus précis que les thèmes des réunions de groupe.

A la suite des entretiens ou réunions, il faut **dégager des verbatims** : ce sont des extraits significatifs des propos tenus, ils seront utiles pour l'étude quantitative.

b/ Les méthodes projectives :

Utilisées à l'origine en psychothérapie et dans le domaine de l'orientation professionnelle, elles ont depuis longtemps été utilisées pour les études de motivation.

Au lieu de faire parler directement sur le sujet, on fait « un détour sur un autre thème, sur lequel les individus sont censés projeter leurs opinions et motivations ». Elles sont utiles lorsque le sujet est intime ou sensible.

Quelques exemples :

Association d'idées : dites-moi tous les mots qui vous viennent à l'esprit en pensant à un burger, un tacos, un kebab....

Association d'images : kebab + différents personnages

Tests d'expression : le sujet doit compléter une phrase : le resto qu'il nous faut en face du lycée est...

II les études quantitatives : les enquêtes par sondage

1/ principe et échantillonnage

Certaines enquêtes sont des recensements : toutes les personnes concernées sont interrogées

D'autres enquêtes sont faites à partir d'un échantillon représentatif de la population concernée.

La précision statistique est liée à la taille de l'échantillon, mais aussi à la procédure de sélection de l'échantillon.

Les méthodes aléatoires sont fondées sur un tirage au sort

La méthode des quotas considère que l'échantillon étudié doit être de même composition que la population totale concernée (sexe, âge, catég socioprofessionnelle, ville habitée, etc).

2/ méthode de collecte des données par questionnaire

Dure : max 20 mn. Etudier avec soin l'ordre des questions

4 catégories de questions :

- Questions ouvertes
- Questions fermées
- Questions préformées (parmi les raisons suivantes...)
- Echelles :
 - Echelles d'attitude : note entre 0 et 10,
 - Echelle sémantique ou verbale : très favorable...
 - Échelle imagées (smiley)
 - Échelle mixte :
 - Échelle d'Osgood : robuste 10 ----- fragile 1
 - Échelle de Likert : note de 1 à 5 : = pas du tout d'accord, tout à fait ...
- Intégrer la « signalétique à la fin : sexe, âge, lieu d'habitation, CSP... tout élément important pour des tris conditionnés par ces critères.

Les ERREURS à éviter :

- Questions à réponses induites
- Questions non indispensables
- Questions confuses
- Libellé qui pousse à mentir

3/ Traitement des données

Tris à plat : % de oui et de non

Tris croisés : % de oui et de non parmi les personnes ayant répondu « oui » à une question précédente

Tris croisés conditionnés : croisés X2, ou tris croisés par sexe, âge, etc...

Le NPS : Net Promoter Score : <https://www.areyounet.com/best-practice-13-net-promoter-score-nps-conseils-et-astuces.html>

Logiciels : ETHNOS, SPHINX...

<https://www.lesphinx-developpement.fr/enseignement-recherche/etudiants/>

<https://www.soft-concept.com/telechargement-logiciel-enquete-analyse-donnees-reporting-ethnos.html>

4/ Les panels : un panel mesure l'évolution dans le temps ; c'est un échantillon représentatif permanent, auprès duquel on mène des enquêtes répétitives : panels d'audience, de distributeurs, de consommateurs, de professionnels...

FONTERAY, Lycée Henri IV, Béziers

APPLICATION

Merca Les études documentaires

« Les études documentaires consistent à sélectionner, synthétiser et analyser des données secondaires, qui n'ont donc pas été produites pour les besoins de l'étude. Elles sont accessibles à titre gratuit (par exemple sur Internet) ou payant (études sectorielles faites par des cabinets) ».

<https://www.mercator-publicitor.fr/lexique-marketing-definition-etudes-documentaires>

Les études documentaires permettent de se faire une première idée et d'ouvrir des pistes pour bâtir ses réflexions. Ces analyses sont très utiles pour [estimer la taille d'un marché](#).

Il s'ensuivra une enquête qualitative pour creuser encore plus et/ou l'administration d'un questionnaire quantitatif pour chiffrer ses hypothèses.

<https://www.manager-go.com/marketing/etude-documentaire.htm>

Il ne faut surtout pas partir à l'aveuglette. Ce serait le meilleur moyen de perdre un temps très précieux. En effet, le volume des informations disponibles aujourd'hui est tel que l'on peut rapidement se faire dépasser. Il faut avoir **un plan d'attaque** et **lister ce que je veux savoir**. Quels sont les points importants ?

<https://www.my-business-plan.fr/etude-documentaire>

Vous êtes chargé d'études de marché au sein d'un cabinet conseil en Marketing.

Un client vous contacte, qui envisage d'ouvrir un local de restauration rapide, en face de l'entrée du lycée Henri IV.

Dans un premier temps, il veut savoir :

- Quel est le marché de la restauration rapide en France et à Béziers,
- Quels sont les produits à privilégier : burgers, tacos, kebab....
- Quelle est la concurrence potentielle à Béziers

De plus, il hésite entre ouvrir sa propre enseigne ou se franchiser. Il sait cependant que dans le cadre d'une franchise, il ne pourrait s'agir d'une franchise de marque internationale type Mc do ou KFC, car il ne veut ouvrir qu'un petit espace, faute de moyens financiers importants.

Vous lui proposez de réaliser une étude documentaire (desk research).

1/ le marché de la restauration rapide en France

- <https://lavde.fr/le-marche-de-la-restauration-rapide-en-france/>
- <https://www.businesscoot.com/fr/page/le-marche-de-la-restauration-rapide>
- <https://www.europe1.fr/economie/les-chiffres-de-la-croissance-phenomenale-du-fast-food-en-france-3742082>
- <https://www.snacking.fr/actualites/tendances/4308-Restauration-rapide-une-annee-2018-en-demi-teinte/>
- <https://www.observatoiredefranchise.fr/dossier-franchise/restauration-le-burger-et-la-pizza-en-pleine-forme-!-1746.htm>

2/ le marché des tacos en France

- <https://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A31826-tacos-incroyable-succes-chaines-restauration-rapide-tacos.html>
- <https://www.clique.tv/les-tacos-histoire-dun-succes-junk-food-a-la-francaise/>
- <http://www.leparisien.fr/societe/tendance-tous-mordus-de-tacos-30-05-2018-7744302.php>
- <https://www.franceinter.fr/vie-quotidienne/tacos-la-mort-du-kebab>
- https://www.challenges.fr/lifestyle/comment-o-tacos-transforme-massivement-le-gras-en-or_640961
- <https://www.franchise-board.com/blog/le-tacos-nouvel-eldorado-de-la-restauration-en-franchise/>

3/ le marché des kebabs en France

<http://www.club-sandwich.net/articles/les-chiffres-du-burger-hot-dog-et-cie-95.php>
<https://www.planetoscope.com/restauration/1736-consommation-de-kebabs-en-france.html>
https://www.chd-expert.fr/blog/press_release/les-francais-le-kebab/
https://fr.news.yahoo.com/france-consommation-kebab-sandwich-sauce-162941051.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAKTYDE9BKANKcADSpdfJ5dc-TFpvljOOs4lGffRaIQ44IK0p8T20npVDPe6brpFqmjKghonWddDfS_xMrczSIGeJaG_Izfz1PDP59HKtcaABG6nARWsNWvoaNBslbOUVHvyAMCgLCtIfiJbmy4CZyZu7uYUaKtcip5NeqXOQHZM
<http://www.club-sandwich.net/articles/les-chiffres-du-burger-hot-dog-et-cie-95.php>
<http://www.leparisien.fr/societe/sur-la-route-des-kebabs-le-sandwich-dont-les-francais-raffolent-04-05-2019-8065452.php>
https://next.liberation.fr/food/2018/05/18/kebab-le-doner-de-la-guerre_1651134
https://www.liberation.fr/checknews/2019/07/17/le-kebab-est-il-le-repas-le-plus-courant-en-france_1740488
https://www.lexpress.fr/styles/saveurs/le-kebab-en-cinq-chiffres-cles_1294899.html
<https://fr.slideshare.net/NicolasMouet/rapport-marketing-nabab-kebab>

4/ Le marché de la restauration rapide à Béziers

- Recherche sur internet : » le marché de la restauration rapide à Béziers »
- **A faire aussi** : Recherche Robert Menard kebab :
https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/10/30/robert-menard-les-kebabs-et-la-culture_4800315_4355770.html
- Elaborer un relevé des concurrents potentiels : déterminer la zone de chalandise, puis identifier les concurrents potentiels, déterminer leur offre : produits, prix, communication...