

## Étude de cas : Comprendre votre marché



Voici Julia..., célibataire, qui envisage de créer une entreprise de photographie, "**Julia's Photographs**".

Voici comment elle comprend son marché, avec ses propres mots.

### Idée d'entreprise

Julia's Photographs se concentrera sur la photographie de mariage et d'événements. Je suis également consciente que mes deux marchés - à savoir les petites entreprises et les personnes qui organisent des mariages - fonctionneront avec un budget limité, je proposerai donc une gamme de forfaits pour essayer de les satisfaire.

### Profil des clients

Mes clients pour la photographie de mariage seront les futures mariées, la mère de la mariée et les amis et la famille de la mariée.

Grâce à une étude de marché, j'ai découvert que la plupart des travaux de photographie de mariage sont réalisés par le biais de recommandations - de clients précédents, ainsi que d'autres fournisseurs de mariage. J'ai l'intention d'obtenir des recommandations de fleuristes, de boutiques de robes de mariée et d'organiseurs de mariage, et de me faire connaître sur d'autres sites web de mariage à guichet unique.

### Étude de marché réalisée

- Enquête Monkey
- Enquêtes directes lors des salons du mariage et des affaires
- Recherche secondaire en ligne sur les concurrents
- Enquête auprès d'amis sur Facebook et autres qui avaient déjà fait appel à moi comme photographe de mariage.
- J'ai effectué une analyse SWOT de mon principal concurrent, **Soulless Stills**.
- J'ai effectué une recherche Google sur d'autres sites de photographie de mariage.
- J'ai mené une enquête "Secret Shopper".
- J'ai également participé à des salons du mariage et à des événements de réseautage commercial.

## La concurrence :

- Mes concurrents directs sont les autres photographes de mariage.
- Mes concurrents indirects sont les autres fournisseurs de mariage, c'est-à-dire les fleuristes, les sociétés de location de voitures de mariage, les boutiques de robes de mariée et les traiteurs. Je considère qu'il s'agit de concurrents car la mariée peut choisir de dépenser son budget dans ces articles plutôt que dans un photographe de mariage professionnel.

## Mariages

Il y a plus de dix pages de résultats sur Google pour la recherche "photographie de mariage en Cornouailles". La majorité des entreprises répertoriées semblent disposer d'un site bien conçu. Il existe une gamme d'options " premium ", offrant une journée complète et plus de 500 images pour environ 1 200 £. Les entreprises apparemment en phase de démarrage semblent proposer des forfaits à partir de 600 £ environ.

## Photographie pour les petites entreprises et les événements

De même, il existe plusieurs photographes de premier plan sur ce marché, mais aucun leader incontesté. Le principal problème de l'évaluation de ce marché est qu'il est si disparate, avec toute une série de recherches de mots-clés potentiels. Il sera important de parler avec mon (mes) public(s) cible(s) et de découvrir les recherches qu'ils sont susceptibles de faire.

## Public cible

### MARIAGES

En général, c'est la future mariée qui a le choix final du photographe, donc même si le budget vient d'ailleurs, elle est mon principal marché cible. Mon style informel et naturel plaira aux jeunes mariées, et je m'attends donc à ce que mes clients aient entre 21 et 35 ans. Il n'y a aucune restriction géographique - j'ai l'intention de préciser que je suis heureuse de couvrir l'ensemble des Cornouailles.

### ENTREPRISES / PETITES ENTREPRISES

J'ai l'intention de cibler les jeunes entreprises de Cornouailles. Je vais également approcher les adhérentes et les anciennes de la formation Emergence d'EAFB. Mon principal marché cible est celui des entreprises en phase de planification ou dans leur première année d'activité. Les entreprises ayant une plus longue histoire commerciale sont susceptibles d'avoir déjà créé leur site Web.

## Analyse SWOT :

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Expérience<ul style="list-style-type: none"><li>○ Je photographie tout (événements, paysages, mariages) depuis plus d'une décennie.</li></ul></li><li>• Catalogue de travaux<ul style="list-style-type: none"><li>○ J'ai un portefeuille varié de travaux antérieurs.</li></ul></li><li>• Souplesse<ul style="list-style-type: none"><li>○ Je suis célibataire, et mes employeurs à temps partiel au bar sont très compréhensifs. Je n'ai pas le même genre de restrictions de temps que la plupart des photographes.</li></ul></li><li>• Film et numérique<ul style="list-style-type: none"><li>○ Je peux photographier à l'aide de pellicules analogiques et d'appareils numériques, ce qui m'ouvre un marché de niche potentiel.</li></ul></li><li>• Service à la clientèle<ul style="list-style-type: none"><li>○ Je suis une personne agréable et je m'entends facilement avec les autres.</li></ul></li><li>• Consultation gratuite<ul style="list-style-type: none"><li>○ Je ne suis pas sûre que ce soit quelque chose pour SWOT, mais je pense vraiment que l'idée est bonne !</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nouvelle sur le marché<ul style="list-style-type: none"><li>○ Il y a déjà des dizaines d'autres photographes sur le marché. Peu de gens auront entendu parler de moi.</li></ul></li><li>• Pas de site web<ul style="list-style-type: none"><li>○ J'ai besoin d'argent pour payer un site web. J'ai besoin de clients pour gagner de l'argent. J'ai besoin d'un site web pour avoir des clients.</li></ul></li></ul>
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Beaucoup de mariages<ul style="list-style-type: none"><li>○ Surtout sur la côte !</li></ul></li><li>• Prix de lancement<ul style="list-style-type: none"><li>○ C'est mon plan pour surmonter la faiblesse "nouvelle sur le marché" et la menace de la "récession".</li></ul></li><li>• Site gratuit de liste de fournisseurs de mariage<ul style="list-style-type: none"><li>○ C'est mon plan pour surmonter la faiblesse "pas de site web".</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La récession</li><li>• Beaucoup de concurrence</li></ul>

## Objectifs SMART :

J'ai utilisé ma liste de tâches de l'étape précédente, et je l'ai mise à jour pour la rendre SMART. J'ai décomposé certaines des tâches en tâches plus petites et constitutives...

**Avant** - Rechercher une nouvelle imprimante

**Maintenant** - Rechercher, choisir et acheter une nouvelle imprimante d'ici vendredi après-midi. Respecter le budget de 300 à 450 €.

**Avant** - Créer une page Facebook professionnelle (et essayer d'obtenir 20 likes)

**Maintenant** - Créer la page Facebook de l'entreprise et obtenir 20 likes d'ici lundi prochain à 21 heures.

**Avant** - Obtenir 3 devis pour la conception de mon site web

**Maintenant** - Rédiger les grandes lignes de mon site Web, en détaillant le contenu et la navigation attendus (vendredi 11 h) Rechercher des concepteurs de sites Web sur Google et les réduire à 3 options préférées (vendredi 14 h) Contacter ces trois personnes par téléphone et leur envoyer les grandes lignes par e-mail (vendredi 15 h) Appel de suivi pour confirmer les devis (lundi 16 h)

## Mesurer le succès

- Mesurer le nombre de " Likes " sur la page Facebook
- Utiliser Google Analytics pour suivre les visites sur le site Web
- Suivi du nombre de participants à mon concours