

Exemple : Comprendre son marché



Voici Julia..., jeune femme célibataire qui envisage de monter son activité de photographie 'Les photo de Julia'.

Le projet d'entreprise

Les activités de l'entreprise "Les photo de Julia" se concentreront 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, c'est pourquoi je proposerai une gamme de forfaits pour essayer de répondre à ces besoins.

Les Profils clients

Les futures mariées, les parents des mariés, les amis et la famille des mariés seront mes clients pour les photos de mariage. Grâce à une étude de marché, j'ai découvert que la majorité des prestations de photographie de mariage sont trouvées via les recommandations des clients précédents, mais aussi par d'autres acteurs du secteur du mariage. J'ai l'intention d'obtenir l'appui de fleuristes, de boutiques de robes de mariée et d'organiseurs de mariage, et de proposer mes services sur d'autres sites Web de mariage.

Etude de marché réalisée

- L'outil de sondage : Survey monkey
- Questionnaire en libre accès aux salons sur les mariages et les salons d'affaires
- Recherche secondaire en ligne sur les concurrents
- J'ai questionné des amis sur Facebook et d'autres amis qui ont déjà fait appel à moi comme photographe de mariage.
- J'ai effectué une analyse SWOT de mon principal concurrent.
- J'ai fait une recherche Google sur d'autres sites de photographes de mariage.
- J'ai mené une enquête sur un "client secret"
- J'ai également assisté à des salons de mariage et à des événements généraux de réseautage d'affaires.

La Concurrence

- Mes concurrents directs sont les autres photographes de mariage.
- Mes concurrents indirects sont les autres fournisseurs de prestation pour les mariages comme les fleuristes, les locations de bus pour mariage, les entreprises de location de voitures de mariage, les magasins de robes de mariées et les traiteurs. Je les considère comme des concurrents parce que les mariés pourraient choisir de dépenser leur budget sur ces éléments, plutôt que sur un photographe professionnel de mariage.

Mariages

Il y a plus de dix pages de résultats sur Google pour la recherche 'photographie de mariage en Cornouaille'. La majorité des entreprises répertoriées semblent avoir de bons sites. Il existe toute une gamme d'options " premium ", offrant une journée complète et plus de 500 images pour environ 1200€. Les entreprises apparemment en phase de démarrage semblent offrir des forfaits à partir d'environ 600€.

Photographie pour les petites entreprises et les événements

Il existe également beaucoup de photographes de qualité sur ce marché, mais il n'y a pas de "leader clair". Le principal problème de l'évaluation de ce marché est qu'il est très disparate, avec une foule de recherches potentielles par mots-clés. Il sera important de parler avec mon ou mes publics cibles et de savoir quelles recherches ils sont susceptibles de faire.

Les publics cibles

Pour les mariages

Généralement, ce sont les futurs mariés qui font le choix final du photographe, donc même si le budget vient d'ailleurs, ils sont mes principaux marchés cibles. Mon style informel et naturel plaira aux jeunes mariés. Je pense que l'âge de mes futurs clients se situe entre 21 et 35 ans. Il n'y a pas de restrictions géographiques - j'ai l'intention de préciser que je serai heureuse de me déplacer dans l'ensemble de la Cornouaille.

Pour les petites et moyennes entreprise

J'ai l'intention de cibler les entreprises en démarrage en Cornouaille. Je m'adresserai également aux membres du réseau Entreprendre au Féminin. Ma principale cible de marché est celle des entreprises qui sont au stade de la planification ou de la première année d'activité. Les entreprises ayant une longue expérience sont susceptibles d'avoir déjà des photos sur leurs sites Web et de ne pas avoir besoin de mes services.

Analyse SWOT

FORCES	FAIBLESSES
• Experience ◦ Je photographie tout depuis une dizaine d'année. (événements, paysages, mariages). • Catalogue de mes travaux ◦ J'ai un portfolio varié de travaux antérieurs. • Flexibilité ◦ Je suis célibataire et mes employeurs à temps partiel au bar sont très compréhensifs. Je n'ai pas les mêmes contraintes de temps que la plupart des photographes. • Argentique & numérique ◦ Je peux photographier avec appareils argentiques et numériques, ce qui m'ouvre une niche de marché potentielle. • Service à la clientèle ◦ Je suis agréable et je m'entends bien avec les autres. • Consultation gratuite ◦ Je ne suis pas sûre si c'est quelque chose pour SWOT, mais je pense vraiment que l'idée est bonne !	• Nouvelle sur le marché ◦ Il y a des douzaines d'autres photographes. Peu de gens ont entendu parler de moi. • Pas de site Web ◦ 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.
OPPORTUNITÉES	MENACES
• Beaucoup de mariages ◦ Surtout en Cornouaille ! • Prix de lancement ◦ C'est mon plan pour surmonter ma faiblesse et la menace de " récession " des " nouveaux venus sur le marché ". • Site gratuit de liste de fournisseurs pour les mariages ◦ C'est mon plan pour surmonter ma faiblesse de ne pas avoir de site web'.	• Recession • Beaucoup de concurrents

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 divisé certaines de ces tâches en petites tâches constitutives.....

- **Avant** – Recherche d'une nouvelle imprimante
Maintenant - Chercher, choisir et acheter une nouvelle imprimante d'ici vendredi après-midi. Respecter le budget de 300-450€
- **Avant** – Faire la page Facebook d'affaires (et essayer d'obtenir 20 like)
Maintenant – Faire la page d'affaires Facebook et gagnez 20 like d'ici lundi prochain à 21h.
- **Avant** – Obtenir 3 devis pour la conception de mon site web
Maintenant – Rédiger un plan pour mon site Web, détaillant le contenu attendu et la navigation (ven 11h). Rechercher des concepteurs Web de Google et réduire à 3 options préférées (ven 14h). Contacter les trois par téléphone et envoyer le plan par courriel (ven 15h). Faire un appel de suivi pour confirmer les devis (lun 16h)

Mesurer les succès

- Mesurer le nombre de like sur la page Facebook
- Utiliser Google Analytics pour suivre les visites sur le site Web
- Suivre le nombre de participants à mon concours