

Etude de marché

Concernant l'étude de marché, nous avons évalué l'ensemble des critères suivants :

1. La pertinence et la solidité de votre étude de marché

- Capacité à définir clairement le périmètre de votre marché (local, régional, national, international).
- Identification d'un besoin réel ou émergent, appuyé par des éléments concrets.
- Présence de données chiffrées fiables (statistiques, études sectorielles, sources identifiées).
- Cohérence entre le besoin identifié et la solution proposée.
- Analyse de la demande actuelle mais aussi de la demande potentielle (évolution, tendances, projections).
- Capacité à démontrer que le projet répond à un problème réel du marché.

2. L'analyse de la concurrence (directe et indirecte)

- Identification claire des concurrents directs (offre similaire sur le même marché).
- Identification des concurrents indirects (solutions alternatives ou substitution du besoin).
- Qualité de l'analyse des forces et faiblesses de ces acteurs.
- Capacité à vous positionner face à eux (différenciation, avantage concurrentiel, niche).
- Prise en compte de la saturation ou non du marché.
- Compréhension des pratiques du secteur (prix, communication, positionnement).

3. La définition précise de votre cible

- Identification claire du ou des segments de clientèle visés.
 - Définition de critères précis : âge, sexe, localisation, CSP, habitudes, comportements, besoins.
 - Compréhension des attentes et motivations de cette cible.
 - Capacité à justifier pourquoi cette cible est pertinente pour votre projet.
 - Éventuelle segmentation (cible principale / secondaire).
 - Adaptation du projet aux besoins réels de cette audience.
- possible, des données chiffrées.

Etude de marché

4. La cohérence des mots-clés liés à votre projet

- Pertinence des mots-clés choisis par rapport à votre concept.
- Capacité à refléter l'univers du projet (positionnement, ton, secteur).
- Utilité des mots-clés dans une stratégie de communication future (SEO, marketing, réseaux sociaux).
- Cohérence entre les mots-clés, la cible et l'offre.
- Originalité et différenciation dans le vocabulaire utilisé.

5. Qualité de la synthèse et de la présentation (PDF)

- Clarté de la structure (titres, parties, logique de lecture).
- Lisibilité et mise en forme soignée.
- Capacité à synthétiser sans perdre les éléments essentiels.
- Utilisation pertinente d'illustrations, graphiques ou tableaux si nécessaire.
- Qualité de l'expression écrite (orthographe, syntaxe, vocabulaire professionnel).
- Capacité à convaincre à travers la forme autant que le fond.