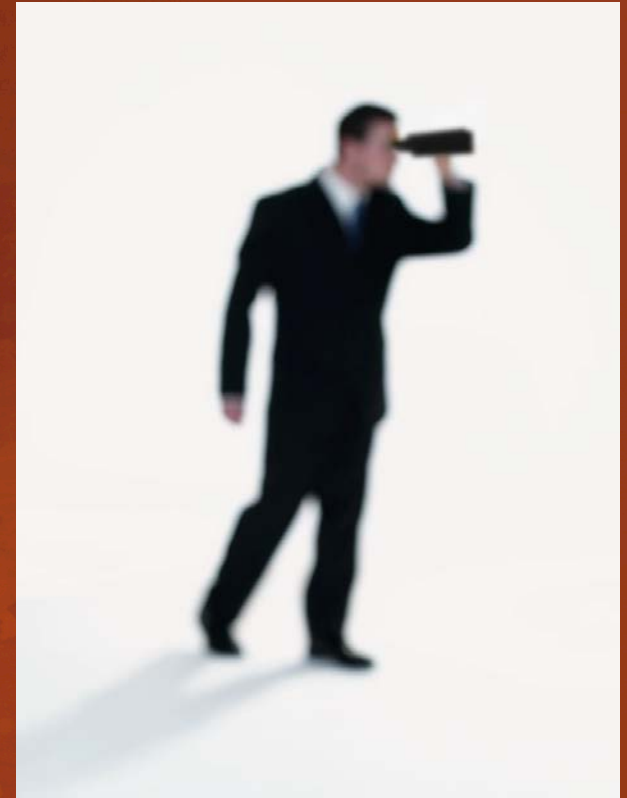


**Savoir repérer les
marchés les plus porteurs**



À propos de Mercadex

1. Au service des PME depuis 1994
2. Une équipe d'expérience et d'expertise
3. Un réseau international

4. Partenaire de :



Qu'est-ce qu'un marché porteur?

Porteur = qui rapporte

1. Selon les capacités de l'entreprise
2. Selon les attentes de l'entreprise
3. Marché de masse
4. Marché de niches



Un marché... comment ça marche?

Comment est structuré l'offre?

Nombre de fournisseurs

Taille des fournisseurs

Parts de marché



Un marché... comment ça marche?

Comment est structurée la demande?

Nombre

Volume

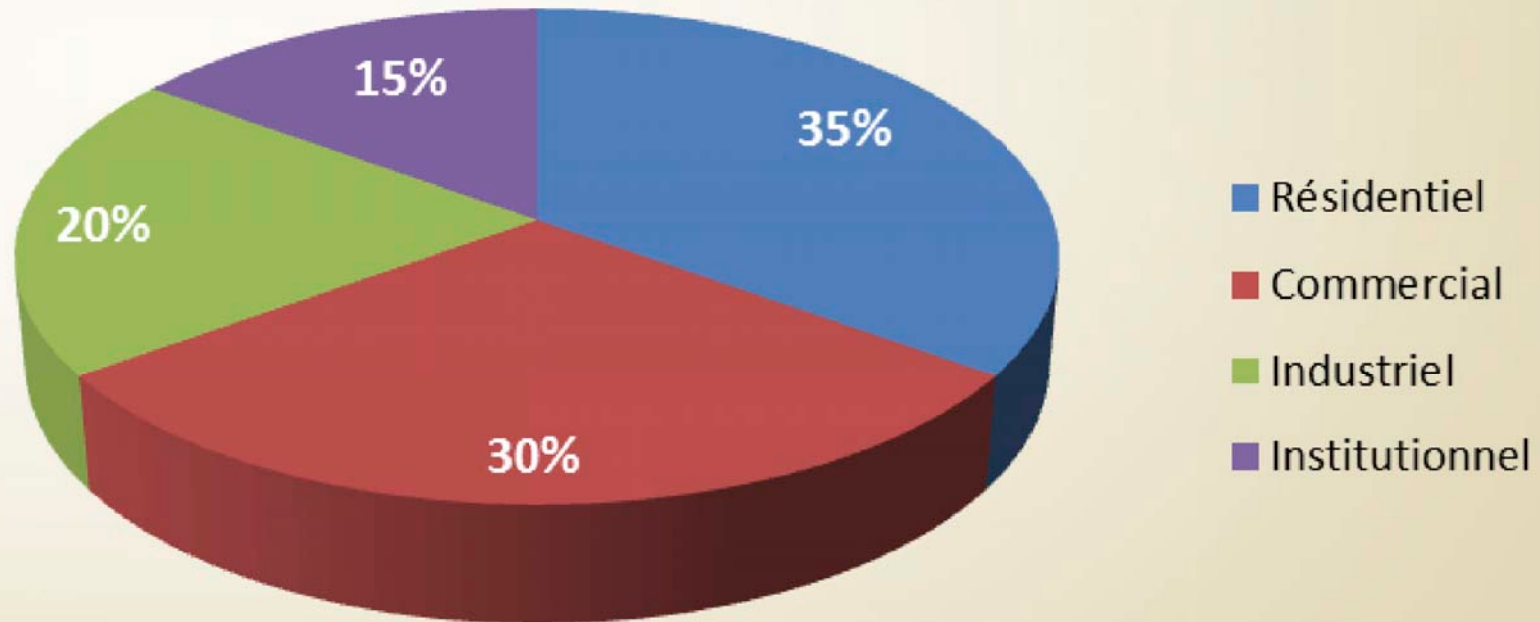
Pouvoir d'achat



Un marché... comment ça marche?

Fabricant de revêtements extérieurs design

Marché vs segments de marché



Un marché... comment ça marche?

Et la géographie !

- Taux de pénétration (codes SCIAN)
- Hors frontières (export)
 - Born Global
 - Venezuela



Repérer/sélectionner ses marchés

Trop d'options ?

Procéder par élimination

- On ne veut pas rater les meilleures opportunités...
- ...mais on n'a pas les moyens de tout analyser
- Identifier quelles conditions doivent être présentes... ou absentes



Repérer/sélectionner ses marchés

Bonjour la priorisation



Ne pas savoir par où commencer

Ne pas savoir où donner de la tête

Ne pas savoir de quelle manière s'investir

Difficulté de refuser des projets / demandes

Ressources toujours limitées

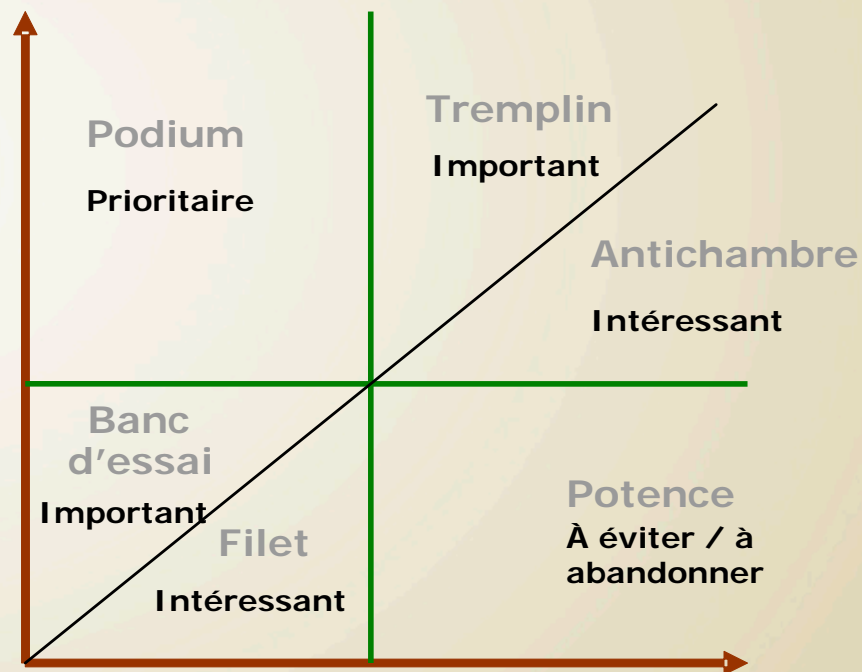
Outil podium-potence

Repérer/sélectionner ses marchés

L'Approche Podium-Potence™

- Prioritaire
- Important
- Intéressant
- À Éviter

Potentiel



Ticket d'entrée

Approche Podium-Potence*

* David, Jean-Paul, Une matrice pour faire les bons choix d'internationalisation, dans l'Expansion Management Review, Paris, no 119, décembre 2005.



Comprendre son marché

Pour éviter l'improvisation

- L'instinct vs l'intuition vs la connaissance
- Une étude vs une veille de marché
- Il faut être à l'affût
- Les opportunités ne sont pas éternelles

***« Les chercheurs qui cherchent, on en trouve.
Les chercheurs qui trouvent, on en cherche »***

Charles De Gaulle

Comprendre son marché

Comment savoir... avec les moyens du bord?

- Internet
 - Statistiques
 - Rapport études de marché
 - Articles d'actualité
 - Site des concurrents
 - Réseaux sociaux
 - Hors Internet ou Web invisible
 - Recherche avancée, alertes de veille
- Êtres humains
 - Sondages
 - Entrevues dirigées
 - Focus groups
 - Observations terrain

Comprendre son marché


Que faut-il savoir?

- Profil des acheteurs visés
- Processus d'achat
- Concurrence
- Réseaux de distribution
- Règles du marché
- Etc.

En résumé

Pour repérer les marchés les plus porteurs il faut:

- Savoir ce qu'on peut faire, ce qu'on veut faire
- Pas juste rechercher mais aussi surveiller
- Se poser les bonnes questions dans le bon ordre
- Filtrer les marchés
- Prioriser les marchés : voir les 2 côtés de la médaille
- Se méfier de son intuition dans des nouveaux marchés...
- ...mais ne pas attendre d'avoir une connaissance parfaite du marché avant de passer à l'action

A wide-angle photograph of a vast, deep blue ocean under a sky filled with soft, white and grey clouds. The horizon line is clearly visible, separating the water from the sky. The overall mood is serene and expansive.

« Pour découvrir de nouveaux océans, nous devons avoir le courage de perdre de vue le rivage. »

André Gide

MERCI

www.mercadex.ca