



ADVYANE


INSTIGATEUR DE CHANGEMENT ET DE NOVATION


DOMAINE DE L'OFFRE : **CONSEIL**


CATEGORIE: **Création d'activité**


Type: **ETUDE EXTERNE**

OFFRE n° 1PAE6 – 01/02/2015

 **DIAGNOSTIC D'ENTREPRISE**

 **DÉVELOPPEMENT & PERFORMANCE**

 **CRÉATION D'ACTIVITÉ**

 **MISE EN PLACE DU CONTROLE INTERNE**

Connaître son marché et construire son portefeuille d'activités



■ DESCRIPTION DE L'OFFRE

1. Définir son **cadre de référence fondamental (CRF)**: souhaits, objectifs, vocation, éthique
2. Débriefing sur le métier lié au projet et les produits/services qui seront proposés
3. Etude globale des **tendances du secteur**, du **marché** (*Principaux chiffres, caractéristiques et tendances*) et de la **filière** (*métiers*)
4. Compréhension de la **chaîne de valeurs théorique** liée au métier souhaité (*PORTER*)
5. Etude générale de l'**environnement** :
 - **Identification du système d'acteurs**: prescripteurs, politiques, corporatisme, fournisseurs...
 - **Opportunités et menaces du marché** (*Méthode P.E.S.T.E*): Compréhension de l'état actuel et des évolutions politique, économique, sociale, technologique, environnementale... ;
 - Recensement et compréhension des **FCS des principales offres du marché** (*produits/services, attributs, V.A., segments clients, le modèle de distribution...*)
 - Etude des **typologies de concurrents** et de leur **business model** (*taille, part de marché, notoriété, stratégie...*)
6. Etude **clients** et **segmentation** (*Méthode TRI Axe d'ABELL*) :
 - Interview **clients B to B potentiels**, visites sur salons, étude documentaire et/ou d'études de marché publiques...
 - Identification des **couples clients/offres** : Recensement des attentes clients par offre et priorisation des FCS en découlant.
 - Détermination des **Domaines d'activité stratégique possibles (DAS) du marché** : Regroupement des offres par attentes et FCS similaires
7. Identification des **DAS probables** pour le projet
 - Analyser chaque marché (*PORTER*): intensité concurrentielle, barrières, pouvoir clients...
 - Analyser l'**attractivité** des DAS et la **compétitivité** de la future Entité :
Atouts et handicaps du projet par rapport aux capacités et moyens, au niveau de maîtrise des FCS de chaque DAS par comparaison à la concurrence existante ou future
 - Evaluer l'**intérêt stratégique** (*scoring*) de chaque DAS possible en fonction de sa cohérence avec le CRF, de l'attractivité du marché et de la compétitivité
 - Identifier des **nouveaux DAS potentiels** (*Matrice ANSOFF*) et leur intérêt stratégique.
 - **Etude comparative et marketing MIX** d'une sélection de concurrents des DAS :
V.A. des offres, prix, segments clients, canaux de distribution, actions commerciales et marketing, taille du concurrent, positionnement sur **marché SFD** ou **banalisé**, niveau de maîtrise des **FCS**...
 - **Sélection des DAS probables** parmi les DAS possibles et les DAS potentiels :
Marchés émergents/porteurs/stables pour lesquels l'Entité a des **compétences distinctives** possibles, les moyens de maîtriser les FCS et de se positionner pour développer parts de marché et C.A.
 - **Modélisation du portefeuille d'activités** : évolution et projection spontanée à 3 ans
8. Estimation générale de l'évolution des DAS
 - Synthèse des paramètres susceptibles d'influencer l'évolution (*veille*)
 - Préconisation générale des hypothèses à considérer pour le prévisionnel financier
 - Estimation subjective de la croissance du C.A. HT et/ou des parts de marché
 - Principaux scénarios possibles.

■ CETTE OFFRE NE PREVOIT PAS

- L'étude approfondie des atouts et handicaps du porteur de projet
- La réalisation du prévisionnel financier
- La rédaction du Business Plan
- La description détaillée des scénarios
- L'étude des plans d'actions et objectifs

■ LES + ET LES - DE L'OFFRE

LES PLUS:

- Analyse globale et complète du marché
- Points de vigilance soulignés pour réaliser un BP pertinent et assurer la pérennité du projet
- L'élaboration d'un portefeuille d'activités adapté aux compétences, moyens, capacités
- Multitude d'informations utiles et nécessaires pour rédiger son BP et établir son prévisionnel

LES MOINS :

- L'étude est plutôt adaptée aux futures activités B to B. L'étude clients B to C relève d'observations générales sur le terrain et d'analyse documentaire (*pas d'enquête clients*).
- Une étude limitée à l'amont du Business plan. Pas de prévisionnel
- Les atouts et handicaps liés au porteur du projet ne sont pas considérés
- Les scénarios de développement sont succincts (*idées*)

■ A QUI EST DESTINEE CETTE OFFRE

Créateurs de nouvelle activité, porteurs de projet d'entreprise ayant principalement vocation à proposer des offres aux clients professionnels (*B to B*) et ayant besoin d'informations sur leur marché, ainsi que de définir leurs activités stratégiques, sans savoir comment s'y prendre.

L'étude externe est adaptée pour les projets destinés à une clientèle B to C : pas d'enquête clients.

■ MOYENS POUR REALISER CETTE PRESTATION

Le client doit fournir au consultant ADVYANE :

- Etudes de marché officielles et statistiques détaillées **fournies ou commandées par lui**.
- Documents, BDD, toute information formelle et informelle concernant son projet...
- Coordonnées, RDV clients potentiels (*B to B*) et fournisseurs;
- Description de ses offres de produits/services, prix de vente estimé et clientèle cible.

Ce que réalise le consultant ADVYANE :

- Interviews clients potentiels (B to B), fournisseurs potentiels.
- Visites concurrents et salons ; Visite d'entreprises.
- Recherche et analyse d'informations globales: articles journaux spécialisés, réseaux, bases de données gratuites ou payantes...
- Analyse, utilisation et adaptation éventuelle au besoin de méthodes et modèles reconnus.