

# LA DEMARCHE MERCATIQUE : LA CONNAISSANCE DU MARCHÉ

## La connaissance du marché :

Un marché porteur : L'ensemble des consommateurs susceptibles d'utiliser le produit

N.C.A. : Non consommateur absolu : Ceux qui ne peuvent pas avoir besoin du produit

N.C.R. : Non consommateur relatif : Ceux qui pour l'instant n'utilisent pas le produit

Exemple : «La voiture »

N.C.A. : Les aveugles

N.C.R. : Ceux qui n'ont pas le permis

<b>Etude du marché</b>	Collecte et analyse d'informations ayant pour but l'identification des caractéristiques d'un marché
<b>Marché potentiel</b>	Clients susceptibles d'acheter des produits vendus par l'entreprise
<b>Marché actuel</b>	Clients de l'entreprise
<b>Part de marché</b>	Comparaison entre le chiffre d'affaires ou le nombre de clients, ou par rapport au même critère, pour l'ensemble des entreprises présentes sur un marché donné

## La connaissance du consommateur :

Ordre des éléments qui contribuent à connaître le consommateur :

- 1 - Enquête d'analyse de besoin
- 2 - Test sur un panel de consommation
- 3 - Enquête d'utilisation auprès d'un consommateur actuel
- 4 - Enquête auprès des non-consommateurs
- 5 - Enquête de satisfaction suite à une modification du produit
- 6 - Enquête de lancement d'un produit de substitution

## La pyramide de MASLOW :

- 1 - Besoin physiologique : Satisfaire ses besoins fondamentaux  
(Ex. : s'assurer de sa survie)
- 2 - Besoin de protection : Etre en sécurité  
(Ex. : repousser les menaces)
- 3 - Besoin sociaux : Appartenance  
(Ex. : gagner l'estime des autres)
- 4 - Besoin d'estime de soi : Estime de soi  
(Ex. : se sentir utile)
- 5 - Besoin de réalisation personnelle : Se réaliser  
(Ex. : développer des valeurs)

## Définitions :

- Panel : Echantillon de consommateur qui sont régulièrement interrogés sur leur comportement d'achat.