

**Les Bressis – cterrier.com**  
**Projet de création d'entreprise**  
**MD Allard – P. Boiron - AE Bouscary – E. Chapon - C Terrier**

**Etape 2**  
**Etude de la concurrence**

Vous avez plusieurs idées mais vous ne savez pas laquelle choisir. Il vous faut étudier pour chaque projet la concurrence existante.

Une partie de vos conclusions repose notamment sur des intuitions et une connaissance rapide du milieu. Vous devez à présent rationaliser votre étude.

Pour cela vous allez reprendre l'étude de la concurrence car une bonne connaissance de la concurrence et de ses produits vous permettra :

1. d'affiner votre proposition de produit(s) et de service(s).
2. de préparer l'étape 4 consacrée à l'étude de la clientèle. Vous poserez les bonnes questions à la clientèle potentielle.
3. de préparer l'étape 6 consacrée à la politique commerciale. Vous serez plus performant dans la définition de votre politique commerciale.

Votre étude doit être rationnelle, rigoureuse, précise et chiffrée. Vous devez collecter des informations qui seront réutilisées dans les étapes suivantes et vous feront gagner du temps.

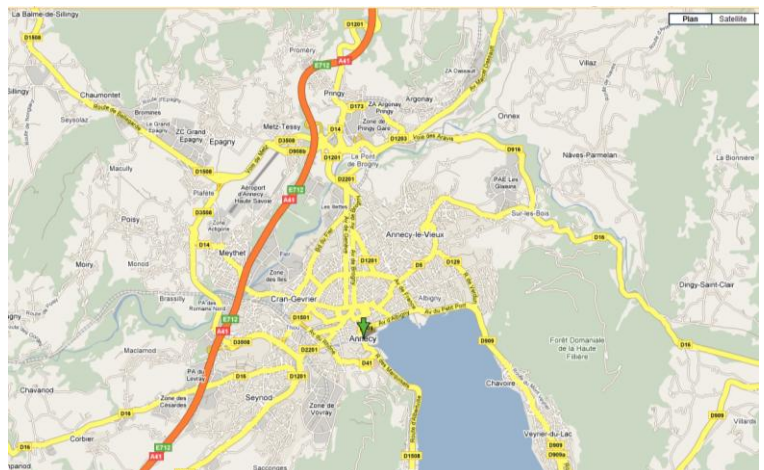
**Méthodologie :** Recherches sur Internet, auprès de la CCI, déplacement sur le terrain, relevé de prix en point de vente...

**Travail à rendre :** Un rapport de 2 à 3 pages maximum par groupe, sur le serveur à l'adresse \\Serveur\DONNEES\Eleve vers profs\BTS AG1\Projet Création Entreprise sous le nom : **Etape 3 étude de la concurrence**

**1. Lister les concurrents directs et indirects**

<b>Concurrents directs</b> <i>Concurrence de produits similaires et facilement substituables à ceux que propose une entreprise.</i>	<b>Concurrents indirects</b> <i>Concurrence de produits substituables à ceux que propose une entreprise, mais qui relèvent d'un autre segment de produits</i>
-	-
-	-
-	-

**2. Placer les concurrents sur une carte**



### 3. Pour les concurrents principaux, étudiez les domaines suivants :

Concurrent 1 :

1. Emplacement (Centre commerciale, rue piétonne ...)
2. Taille : effectif, CA, surface de vente...
3. Ancienneté, date de création...
4. Produits et gammes de produits
5. Politique de prix, relevés de prix de produits...
6. Forces et faiblesses
7. Idée à retenir chez ce concurrent

Soyez précis car vous aurez besoin de ces informations dans l'étape 6 lorsque vous devrez prendre des décisions concernant votre politique commerciale.

- Vous devrez définir votre gamme par rapport à la concurrence
- Vous devrez définir vos prix par rapport à la concurrence
- Etc.