

N/Réf : DCC/4320/01/16/OSEM

Objet: Offre de service de réalisation d'Etude de marché

Monsieur/Madame,

Djobey Consulting Corporation (DCC) vient respectueusement auprès de votre haute personnalité vous proposer son service de réalisation d'Etude de Marché.

DCC est chargé de réaliser l'Etude de marché du client suivant ses critères : **Pour satisfaire le Client, DCC** définit ses stratégies autour d'un axe principal:

-L'Etude de marché de votre projet ou entreprise

Recourir à une étude de marché est une étape préalable indispensable au lancement d'un produit ou pour une implantation. Cette étude réalisée par nos soins vous permettra de connaître avec précision les habitudes et les attentes des consommateurs ainsi que les caractéristiques de la concurrence pour confirmer ou réorienter votre ciblage et votre stratégie marketing.

Cette étude est communément composée de trois phases : une première phase documentaire, une phase quantitative puis une phase d'analyse.

A l'issue de l'étude, vous connaîtrez avec précision le fonctionnement du marché auquel vous vous intéressez et serez en possession des informations et des recommandations nécessaires à votre prise de décision.

o **Voici pour vous quelques bonnes raisons pour faire une étude de marché**

L'Etude de marché est une étape fondamentale et un passage obligé pour tout futur chef d'entreprise, dans la mesure où elle lui permet :

-De mieux connaître les grandes tendances et les acteurs de son marché, et de vérifier l'opportunité de se lancer,

-De réunir suffisamment d'informations lui permettant de fixer des hypothèses de chiffre d'affaires,

-De faire les meilleurs choix commerciaux pour atteindre ses objectifs (déterminer sa stratégie),

-De fixer, de la manière la plus cohérente possible, sa politique "produit", "prix", "distribution" et "communication" (mix marketing),

-D'apporter des éléments concrets qui serviront à établir un budget prévisionnel

- Déterminer l'offre sur le marché, demande, réseaux de distribution, comportement du consommateur facteur de choix pour décision d'achat, le profil type du consommateur et ses motivations d'achat du produit.

L'étude de marché est la phase essentielle d'un projet de création d'entreprises. Le créateur d'entreprise est souvent préoccupé, à tort, par l'aspect financier.

En effet, l'étude de marché lui permettra de déterminer la faisabilité économique de son projet. Mais la partie financière repose essentiellement sur les stratégies commerciales qui elles-mêmes sont déterminées par l'étude de marché. Conclusion : sans étude de marché réalisée rigoureusement, le prévisionnel financier a peu de valeur.

Concrètement, l'étude de marché permettra au créateur que vous accompagnez :

-d'adapter sa stratégie, c'est à dire adapter sa gamme de produits, sa communication, sa politique de prix et le choix de l'implantation par rapport aux résultats de son étude de marché,

-d'estimer le chiffre d'affaires de sa future activité,

-et enfin de prendre la décision de créer ou non.

Profitez-vous aussi de l'expertise de Djobey Consulting Corporation en nous confiant dès aujourd'hui votre service de montage d'Etude de marché.

Vous en souhaitant bonne réception, veuillez agréer Monsieur/madame l'expression de nos salutations distinguées.

DJOBAY CONSULTING CORPORATION (DCC)
Lauréat du
Prix International Arch of Europe for Quality and Technology
Of BID-Business Initiative Directions - in Germany-2014



Directeur Général Dcc



Jean Bertin DJIOFACK

Canevas de l'Etude de marché

L'objectif est de mener une étude de marché pour le lancement d'un produit ou service au Cameroun.

L'étude comporte:

SOMMAIRE

I-RESUME MANAGERIAL

II-CONTEXTE

III-PROBLEME

IV-OBJECTIFS

V. METHOLOGIE

A-Détermination de la population à Sondé

B-Définition de la méthode d'échantillonnage :

C-Evaluer le nombre des sondés

D-Le choix de la méthode de collecte des informations

VI-RESULTATS

1-Résultat de l'étude documentaire

2-Résultat de l'étude qualitative

3-Résultat de l'étude quantitative

VII-PRINCIPALES CONCLUSIONS

VIII-RECOMMANDATIONS

VIX-LIMITE DE L'ETUDE

ANNEXES



ETAPES D'ETUDE DE MARCHÉ

RECENSEMENT

Reprographie fiche de collecte
Formation des enquêteurs (Douala/Yaoundé)
Honoraires et transport Enquêteurs
Honoraires et transport Superviseurs
Communication et logistique
Codification et saisie des fiches de collectes

ADMINISTRATION QUESTIONNAIRE

Reprographie fiche de collecte
Formation des enquêteurs (Douala et Yaoundé)
Honoraires Enquêteurs
Honoraires Superviseurs
Communication et logistique
Codification et saisie des questionnaires
Motivations gérants et chefs de rayons

IV-OBJECTIFS

Sur la base du brief fourni par votre entreprise, l'étude à mener par DCC va porter sur les points ci-après, et permettra de générer les résultats suivants :

1-Etude de marché :

- ✓ Réaliser une enquête sur le prix des produits sur le marché, concurrents aux produits
- ✓ Evaluer la taille du marché en volume et en valeur, pour chacun des produits de votre entreprise dont la liste a été fournie.
- ✓ Identifier et analyser les concurrents de référence sur le marché (définition et étude du benchmark)
- ✓ Proposer un objectif de part de marché
- ✓ Proposer un objectif de vente
- ✓ Déterminer l'offre sur le marché, demande, réseaux de distribution, comportement du consommateur facteurs de choix pour décision d'achat, le profil type du consommateur et ses motivations d'achat du produit.

V- METHODOLOGIE

Notre méthodologie résulte de notre compréhension des attentes de votre entreprise, elle s'articulera autour des étapes suivantes :

5-Analyse & Interprétation :

Les informations collectées seront analysées et permettront la rédaction du rapport d'étude, incluant les recommandations de DCC par rapport aux objectifs de la mission.

4-Extrapolation des données sur l'univers :

Les résultats obtenus sur l'échantillon seront projetés sur l'univers global du marché.

3-Collecte des données :

Informations : marques, disponibilité produits, prix pratiqués, marges, modes de distribution, volumes et valeur des produits, parts de marché...

2-Définir un échantillon représentatif du marché :

La taille de chaque catégorie/segment de marché au sein de l'échantillon sera proportionnelle à son poids dans l'univers du marché préalablement défini.

1-Déterminer l'univers du marché à travers un recensement :

Information sur les points de vente, les distributeurs, les catégories/segments

VI-RESULTATS

- 1-Résultat de l'étude documentaire
- 2-Résultat de l'étude qualitative
- 3-Résultat de l'étude quantitative

VII-PRINCIPALES CONCLUSIONS

VIII-RECOMMANDATIONS

Elaboration d'une stratégie de mise en marche (Business model)

- ✓ Proposer une approche de segmentation du marché
- ✓ Recommander un modèle opérationnel pour ce marché à l'entreprise
- ✓ Recommander un politique de prix de marges
- ✓ Recommander une stratégie Route-to-market à mettre en place

VIX-LIMITE DE L'ETUDE

ANNEXES

ACTIVITES

1. Phase préparatoire
2. Recensement (Douala/Yaoundé)
3. Collecte des données
4. Edition, codification et saisie
5. Traitement des données
6. Analyse des données et Elaboration des recommandations
7. Rédaction du Rapport
8. Mise à disposition du Rapport

OPERATIONALISATION DE NOTRE DEMARCHE

■ Echantillon :

- Dans le cadre de l'étude, nous proposons une couverture des villes de Douala ou Yaoundé et qui représente en général, plus de 70% de l'activité et des points de vente.
- L'échantillon proposé est d'au moins 200 personnes et plus en fonction de l'Etude, sur les catégories retenues, afin d'obtenir des résultats suffisamment robustes, la structure de l'échantillon sera fonction du poids de chaque catégorie/segment dans l'univers du marché.

■ Collecte des données :

- Les méthodes de collecte de données suivantes seront mise en œuvre :
 - Les entreprises semi directifs notamment avec les responsables des points de vente et des entreprises de distribution, ces entreprises permettront de clairement identifier l'univers objet de notre étude, de connaître les canaux, les stratégies de déploiement des différents opérateurs, notamment :
 - Les informations collectées lors des entretiens semi directifs seront complétées par l'administration d'une fiche de collecte des données auprès des distributeurs, gérants de points de vente et chefs de rayon,
 - En vue d'assurer la consistance et la fiabilité des résultats, DCC a développé des outils spécifiques de contrôle-qualité qui seront appliquées dans cette étude. Ces outils sont : ces outils sont :
 - ❖ La formation des enquêteurs et superviseurs
 - ❖ Le travail en équipe sous le contrôle d'un superviseur
 - ❖ le contrôle systématique des questionnaires et des données collectées

Pourquoi L'étude de marché est une étape incontournable de tout projet de création d'entreprise ?

L'étude de marché va permettre d'en vérifier la **faisabilité commerciale**.

Souvent négligée par le porteur de projet, l'étude de marché permet de réduire les risques d'échecs, par une meilleure connaissance de l'environnement du projet.

Elle se fait en deux étapes :

- l'analyse du marché et de ses acteurs
- la définition d'une stratégie commerciale.

Etape 1 : Analyse du marché

Le marché est l'environnement, dans lequel l'entreprise va évoluer, où se trouvent les concurrents et les clients potentiels. Il peut être régional, saisonnier, concentré, fermé.

Chacune de ces caractéristiques implique des contraintes qui vont impacter vos décisions commerciales. Il est donc important de correctement les identifier, avant de démarrer, pour vérifier l'opportunité de se lancer.

L'analyse du marché est une affaire de « **bon sens** » et doit permettre d'apporter des réponses précises, aux questions suivantes : **-Quel produit ou prestation vais-je vendre et pourquoi ? -A qui les vendre ? -A quel besoin correspond le produit ou le service proposé ? -Comment vendre ? -Quels sont mes concurrents ? -Où implanter mon entreprise ? -Comment estimer mon chiffre d'affaires prévisionnel ?**

Après avoir identifié les forces et les faiblesses de votre projet, leur confrontation avec les opportunités et les menaces du marché, permettra soit de recadrer, soit de valider votre projet, voire de l'abandonner.

Etape 2 : Définir sa stratégie commerciale

La stratégie commerciale permet de déterminer les moyens à mettre en oeuvre, pour réaliser le chiffre d'affaires prévu, en tenant compte à la fois des concurrents, des clients potentiels et du projet, dans sa globalité. C'est une étape délicate mais néanmoins incontournable qui permet de répondre à la question :

«**Comment vais-je atteindre mes objectifs ?** »

Elle est basée sur deux éléments fondamentaux :

- la construction d'une offre commerciale cohérente (« mix-marketing »)
- la mise en place d'actions commerciales concrètes.

La construction de votre offre commerciale ou « mix-marketing »

Il s'agit des décisions commerciales prises par l'entreprise, pour satisfaire sa clientèle et qui doivent répondre aux quatre questions suivantes :

- **Quel produit ou prestation allez-vous proposer à vos futurs clients ?**

Il faut affiner au maximum les caractéristiques de vos produits ou de vos prestations de services.

- **A quel prix allez-vous vendre vos produits ou vos prestations ?**

Les prix de vente que vous allez déterminer doivent tenir compte de critères différents comme vos propres coûts de revient, les prix pratiqués par les concurrents et le « prix psychologique » que le client est prêt à payer, pour la prestation ou le produit proposé.

- **Comment allez-vous distribuer vos produits ?**

Il est indispensable de réfléchir aux canaux de distribution, propres à votre activité, qui peuvent rapidement générer des charges importantes, impactant automatiquement, la rentabilité de votre projet.

- **Comment allez-vous vous faire connaître et vous démarquer de vos concurrents ?**

Vous devez sélectionner les outils de communication et les opérations à mener, en les adaptant, au mieux, à la clientèle ciblée.

Lorsque ces quatre éléments seront déterminés, vous pourrez chiffrer le coût des différentes actions, à mettre en place, pour lancer votre projet : coût de la fabrication des produits, frais de commercialisation et de communication.



PRESENTATION DE NOTRE ENTREPRISE

Djobey Consulting Corporation (DCC) est un Cabinet d'Expertise en management et conseils spécialisé dans le montage de Business plan, Étude de faisabilité, Étude de marché, Assistance en comptabilité, conseil en investissement, Analyse financière, coaching d'Affaires, Assistance marketing et développement commercial.

Notre Vision

Bien que notre clientèle ne se résume pas à une frontière précise à cause de la mondialisation qui met en compétition petites, moyennes et grandes entreprises, Nous croyons que le développement du Cameroun est possible, le Cameroun se développera le jour où les entreprises Camerounaise s'approprient et appliqueront dans leurs structures les meilleures pratiques de gestion. Alors nous travaillons à nous approprier ces meilleures pratiques de gestion et à ensuite les mettre à la disposition des entreprises qui en ont besoin.

Notre Mission

La mission essentielle de DCC est de proposer les meilleures solutions pour créer, gérer et développer une entreprise. Elle entend s'investir et tout donner pour le Meilleur de l'Entreprise à travers l'offre de services innovants, créatifs et répondant aux besoins et moyens des PME de l'Afrique Centrale.

DCC travaille chaque jour à apporter les solutions les meilleures pour optimiser les performances de la Petite et Moyenne Entreprise. Des solutions que les petites et Moyennes Entreprises n'hésitent pas à solliciter parce que nous avons su créer de l'adaptation dans la différence au point où tout le monde y trouve sa réponse, des réponses à des défis de gestion.

Nous travaillons avec engagement pour relever avec nos clients leurs défis les plus délicats. Nous agissons avec amour pour démontrer à nos clients à quel point leur satisfaction nous tient à cœur ! Nous proposons à nos clients les solutions les plus innovantes et les préparons à relever les défis d'aujourd'hui et de demain !

Présente au Cameroun, **Djobey Consulting Corporation (DCC)** s'est donnée pour vocation essentielle de vulgariser et d'intégrer les meilleures pratiques de gestion dans les PME africaines. Elle étendra prochainement sa présence dans d'autres pays.

Djobey Consulting Corporation (DCC) se positionne aujourd'hui en tant qu'acteur majeur du développement des petites et moyennes entreprises (PME) en Afrique Centrale. Nous ne sommes pas un simple cabinet de conseil en management en Afrique Centrale, nous sommes tout simplement le leader dans la promotion des PME dans notre sous-région.

Information sur le dirigeant

Jean Bertin Djiofack est fondateur et directeur général du cabinet Djobey Consulting Corporation(DCC). Fondateur de l'APBJ. Fondateur de Business Jeune Magazine. Fondateur de Devencertified. Expert-Consultant en Management et Entrepreneuriat, Consultant en marketing et comptable, Expert en Business plan, Coach d'Affaires, Auteur, chercheur et doctorant en Management des entreprises. 11ans d'expériences professionnelles. Coaché plus de 300 entrepreneurs et plus de 175 rédactions de Business Plan.

Quelques références :

-SOCIETE SANO SARL-CTEC SARL, LA FOURNITURE BURMATIQUE SARL-UNIVERS PRODUCTION SARL-SOCIETE OKLICEANCE SARL (GABON)-SOCIETE KOOPER SARL-WETCO TRANSPORT SARL-INTERPRO -ZANGUE & FILS SARL-ATACOM SARL-KELBA-CME - AFRIKANMARKET - ENTREPRISE DGTA-BCSSI-MAG ENTERPRIZ SARL -TECHNAGRI-SEMAGRI SARL-BOWLING CLUB SARL -GIC GREEN FARM, ZHEJIANG AGRICULTURAL AND FISHING CO.LTD CHINA -DEVENCERTIFIED, URIM & THUMMIM-NAZA CONGO SARL, JIN COCOA FARM, CAVE&CAFE HALAL,AGROLYN, DAVINCI INVESTMENT GROUP SARL



Proposition de tarif de réalisation d'une Etude de marché

1-Prestation à fournir

Durant toute la durée de cette prestation, le Cabinet DCC devra être au service du client et lui fournir tout service lié à votre étude de marché, tel que requis par le client conformément à son domaine d'activité. Le Cabinet DCC assistera et conseillera également le client au besoin.

2-Rémunération du Cabinet DCC

Le Cabinet DCC propose au client les tarifs suivant pour les services d'étude de marché selon les modalités suivantes :

Public ciblé	Service	Tarif
-PME (Petites et moyennes entreprises) - Institutions -Particuliers	-L'Etude de marché de votre projet ou entreprise	Demander votre Devis

3-Echéance de paiement

Le Cabinet DCC devra facturer chaque fois ses services à son client sur une base régulière pour les services de l'Etude de marché rendus.

Nous ont fait confiance



DCC-Djobey Consulting Corporation

Découvrez nos solutions pour créer et développer votre entreprise



SAVOIR SE
POSITIONNER
EST ESSENTIEL.

Nos services

- Service de Montage de Business Plan
- Service d'assistance en création d'entreprise
- Service d'assistance en comptabilité
- Service de Coaching d'Affaires
- Service de montage d'étude de faisabilité
- Service de montage d'étude de marché
- Service de montage de plan Marketing
- Service de montage des analyses financières
- Service d'Accompagnement à la recherche de financement
- Service de montage des bilans financiers
- Service de conseil en gestion des ressources humaines
- Service d'audit & conseil en investissement, gestion et développement des entreprises
- Service d'accompagnement marketing et développement commercial
- Service d'Élaboration de Manuel des procédures Administratives, financières et Comptables
- Service de Formation sur mesure
- Service de représentation commerciale

Visitez www.djobeyconsultingcorporation.com

Tout pour la réussite de l'entreprise