

L'avis de l'expert

L'étude de marché, une compétence à acquérir

Maude Taieb

Analyste marketing et intervenante à l'ESM*



Quel est l'intérêt d'acquérir des compétences dans le domaine des études de marché, même si on n'y travaillera jamais? Pour en être convaincu, il suffit de saisir en quoi consiste une étude de marché.

Il arrive qu'on constate que le service ou le produit fourni par une

entreprise est en perte de vitesse, sans en connaître les raisons ni comprendre la situation. C'est là que l'étude de marché prend toute son importance. Il en va de même si l'on souhaite lancer un nouveau produit: l'étude de marché donne les orientations à prendre. Cette dernière augmente donc la pertinence des décisions stratégiques et opérationnelles de l'entreprise.

Aujourd'hui, il existe plusieurs agences d'étude de marché. Elles peuvent être opérationnelles au niveau local ou international, selon leurs compétences. Ces agences tra-

vailent sur les différentes phases de l'étude de marché, qui vont du diagnostic du marché, où l'entreprise rédige un dossier de recommandations stratégiques, en passant par la détermination de la démarche d'étude, la préparation du questionnaire, la définition de la cible ainsi que de l'échantillon, la préparation et la gestion des interviews et, enfin, l'analyse des données récoltées. Les recommandations vont permettre d'orienter les décisions de l'entreprise quant à la problématique rencontrée.

Alors quel avantage a-t-on, en tant que décideur, de posséder des compétences dans ce secteur? Si les agences d'étude de marché sont spécialistes dans leur domaine, elles ne sont pas expertes du secteur d'activité de l'entreprise qui les sollicite. Elles peuvent piloter et réaliser l'étude. Mais sans l'appui et les connaissances de celle-ci, elles n'arriveront pas à bien comprendre

la problématique et à définir correctement les objectifs de l'étude, la cible et finalement le questionnaire.

De plus, posséder des connaissances dans le domaine des études de marché permet de réduire les éventuelles erreurs commises tout au long de la réalisation d'une étude. Ces compétences apportent un regard critique durant le processus, qu'il est possible de suivre jusqu'à la fin. Ainsi les résultats obtenus auront une marge d'erreur minimale.

Connaître le processus de réalisation d'une étude de marché favorise l'obtention de résultats représentatifs de la réalité et donne clairement un avantage concurrentiel, d'où l'importance de former ses collaborateurs à la compréhension des études de marché.

*ESM, École de management et de communication, www.esm.ch

PUBLICITÉ

JOURNÉE