

	<b>Up ! Enhanced Management</b>	Première édition
	<b>3 Le marketing</b> 3.7 Les études en marketing	<a href="http://www.up-comp.com">http://www.up-comp.com</a> <a href="mailto:contact@up-comp.com">contact@up-comp.com</a>

développement, le coût de production, le coût de commercialisation, les risques, les ressources nécessaires et le temps nécessaire. L'entreprise dispose-t-elles des atouts pour faire aboutir cette idée ?

- **Construire un prototype.**  
Cette étape permet de rendre l'idée tangible, ce qui est vitale pour les étapes suivantes. Il existe deux types de prototypes :

&

- **Le prototype alpha.**  
Il s'agit de s'assurer que la technologie du concept est viable et que la technique qui en découle peut servir de base à une offre qui pourrait correspondre à des attentes de clients potentiels.

&

- **Le prototype bêta<sup>13</sup>.**  
Il s'agit de s'assurer que le concept est fonctionnellement viable sans à chercher l'incorporer dans le processus des opérations des clients potentiels.
- **Tester le concept.**  
Cette étape permet de se rendre compte si le concept est commercialement viable par la réponse à la question : existe-t-il un marché ? Cela s'effectue au moyen d'enquêtes semi-qualitatives puis quantitatives.
- **Etablir une stratégie marketing.**  
Cette étape permet de définir précisément quelle est la taille du marché, quel est le prix acceptable et comment attaquer le marché.
- **Rendre le concept industrialisable.**  
Cette étape, souvent négligée, est primordiale.
- **Rédiger un *Business Plan*.**  
Cette étape permet de définir un modèle économique pour estimer précisément la validité de l'industrialisation du concept et les ressources nécessaires.  
Le ***Business Plan*** est détaillé dans le chapitre intitulé ***Stratégie d'entreprise***.
- **Tester le marché.**  
Cette étape permet de valider la stratégie marketing opérationnelle.

F

Ainsi, seul 0,6 % des projets de médicament d'***Aventis Pasteur Merieux PMD*** aboutit à une offre commercialisée. Le processus de ***Recherche & Développement*** dure dix ans, du fait des tests cliniques et des accréditations, et coûte environ 500 millions d'***Euros***. L'amortissement des frais de ***Recherche & Développement*** représente jusqu'à 15 pour cent du chiffre d'affaires.

Afin de raccourcir les délais, il faut s'efforcer de paralléliser ces étapes ou tout au moins de les faire se chevaucher. Une autre clé du succès est le management en équipe qui est détaillé dans le chapitre intitulé ***Ressources humaines***.

## 3.7 Les études en marketing

### 3.7.1 Les différentes sortes d'études

Nous pouvons distinguer principalement trois types d'études en fonction de leur but:

- **Les études de prospective.**  
Il s'agit d'estimer l'opportunité de réaliser une innovation sur un marché inconnu. L'objectif est de construire le marché grâce aux résultats de l'étude.
- **Les études marketing.**  
Il s'agit de trouver un modèle comportemental de groupe d'individus qu'il sera possible de

<sup>13</sup> Pour les logiciels, nous parlons alors de bêta version.