



2^e ÉTAPE LA PÉNÉTRATION DU MARCHÉ

Y a-t-il un marché pour votre entreprise ?

Voilà la question la plus importante à se poser. Le marketing est certainement l'aspect le plus méconnu des affaires et, par conséquent, le plus souvent ignoré. Mais il constitue un facteur essentiel à la réussite d'une entreprise.

Fondamentalement, le marketing sert à vérifier si :

- votre produit ou service convient à votre client
- votre client connaît votre produit ou service
- votre client comprend ce que votre produit ou service peut faire pour lui
- votre client est assez convaincu de ses mérites pour l'acheter

Les études de marché, formelles ou informelles, répondent à la première partie. Les acheteurs veulent-ils – ou mieux encore ont-ils besoin – de ce que vous offrez ? Ce que vous offrez est-il supérieur à ce qui existe déjà ? Votre produit offre-t-il les caractéristiques

nécessaires pour que les gens l'achètent plutôt que de choisir le produit concurrent ? Le prix est-il adéquat ? Y a-t-il assez d'acheteurs potentiels pour soutenir votre entreprise ?

Fouillez le passé. Quelqu'un a-t-il déjà essayé de vendre ce produit ou service ? Il peut y avoir eu un ou plusieurs essais pour pénétrer le marché; vous devrez savoir si ces essais ont échoué et pourquoi.

Vous devrez également penser à la façon dont vos concurrents vont réagir à votre arrivée sur le marché. S'ils réduisent les prix ou ajoutent des avantages à leur produit ou service, quel effet cela aura-t-il sur vous ? Pourrez-vous égaler leur offre ou perdrez-vous des ventes ?



Mais le fait d'avoir le bon produit n'est pas, en soi, une garantie de succès. L'autre aspect du marketing est d'informer les gens de l'existence de votre produit, de les persuader qu'ils le veulent ou en ont besoin, et de l'offrir sur le marché.

Voilà où interviennent la publicité, les relations publiques et le bouche-à-oreille. Vous pouvez utiliser l'un ou plusieurs de ces moyens à la fois. Selon votre budget, vous devrez peut-être faire le travail vous-même. Ou vous pourrez consulter un professionnel d'une agence de marketing ou de publicité. Mais ne ratez jamais une occasion de réseauter, de faire des contacts et de faire connaître votre entreprise.

Dans le cadre de la mise en marché, vous devrez sans doute travailler fort pour faire entrer votre produit dans les bons magasins ou catalogues. Vous aurez peut-être à engager du personnel de vente pour approcher les clients directement ou à faire affaire avec une agence de publicité. Vous pourrez aussi distribuer des feuillets publicitaires ou

des dépliants ou appeler des clients potentiels. Peu importe la stratégie qui s'applique dans votre cas particulier, vous devrez faire une bonne réflexion de marketing avant de vous lancer.