

# 14 manières d'étudier un marché avant de vendre un produit !

18 août 2010

<http://www.conseilsmarketing.fr/emailing/14-manieres-detudier-un-marche-avant-de-vendre-un-produit>

## Table des matières

Introduction.....	1
Menez votre enquête !.....	2
1Regardez sur internet !.....	3
2Mettez vous à la place du client.....	3
3Trouvez les mots clés de votre marché !.....	3
4Prenez le pouls du marché !.....	4
5Analysez les meilleures ventes sur Amazon !.....	4
6Regardez les produits les plus demandés sur Ebay !.....	4
7Espionnez vos concurrents !.....	5
8Recherchez les problèmes des internautes sur les forums !.....	5
9Surveillez votre marché !.....	5
10Sillonnez les kiosques à journaux !.....	6
11Vérifiez les listes de fichiers à louer !.....	6
12Où que vous soyez, continuez votre enquête !.....	6
13Vous devez apprendre à connaître votre marché !.....	7
14Étudiez ce qui vous plaît !.....	7
En conclusion !.....	8

## Introduction

ConseilsMarketing.fr accueille aujourd'hui **Daouda Diakité** de Travail-Indépendant.biz. Douada va nous expliquer dans cet article comment étudier simplement un marché avant de lancer un produit ou un site eCommerce sur Internet.

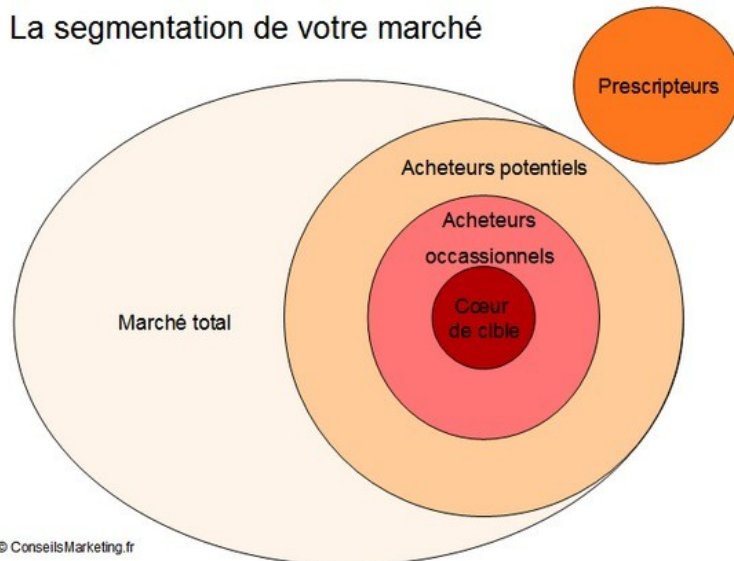
A votre avis, qu'est-ce qui est le plus important pour réussir à vendre ?

- Le produit ?
- La présentation du produit ?
- La lettre de vente ?
- La page de vente ?

Non ! Ce n'est rien de tout cela. Bien-sûr, tout ce qui est cité au-dessus est important, mais **ce qui importe le plus, que ça soit pour de la vente sur internet ou dans la vie réelle, c'est le marché !**

Par exemple, si vous vendez des jeux vidéo Xbox, le plus important c'est d'arriver à toucher un maximum de personnes ayant la console, non ?

Ce qui vous intéresse, ce n'est pas d'avoir la plus grand nombre de personnes, mais au contraire **toucher le cœur de cible** (les meilleurs acheteurs), puis les acheteurs occasionnels, enfin les acheteurs potentiels.



Toujours selon notre exemple précédent, cela ne servirait à rien d'envoyer des messages aux personnes qui n'ont pas de console, ou qui auraient une PS3 ou une Wii.

Or trop souvent trop d'entrepreneurs démarrent leurs activités sans définir qui sont leurs clients, et tout particulièrement leur cœur de cible.

**Ainsi ils commencent à vendre un produit sans savoir exactement à qui ils vont le vendre.**  
C'est incroyable mais pourtant tellement vrai !

Vous devez à tout prix éviter de faire cette erreur et pour cela, vous devez

- faire une étude de votre marché,
- vous poser des questions sur ce qui fonctionne et sur ce qui ne fonctionne pas pour cette cible,
- sur ce que les gens recherchent, ce dont ils ont besoin
- ...

## **Menez votre enquête !**

La première chose à faire est d'**analyser son marché potentiel**.

Prenons comme exemple un marché un peu plus complexe comme celui du "développement personnel" (voir la définition de Wikipedia).

En termes clairs, c'est vouloir attaquer le marché qui vise à aider les gens à exploiter à 100% leurs capacités, à avoir une meilleure qualité de vie, à être plus efficace. Bref un sujet qui est universel.

Mais pourtant combien de personnes connaissent ce terme "développement personnel" ?

Il se pourrait que la moitié de vos amis ne savent même pas ce que ça veut dire !

Alors comment voulez vous réussir à vendre un produit qui s'appellerait "Développement Personnel", alors que les gens ne savent pas ce que signifie.... Et donc avant même d'essayer de vendre votre produit, devriez déjà leur expliquer ce que c'est !

Vous allez donc devoir réfléchir non seulement au produit à proposer, mais également à son nom, aux arguments, à toutes les personnes qui sont susceptibles d'être intéressées, à leurs motivations... et peut être au final segmenter le marché en "niches" pour lesquelles vous devrez adapter un discours différent et proposer plusieurs produits totalement différents.

Pour vous y aider, voici **14 manières d'étudier un marché avant de vendre un produit ou un service** :

## **1 Regardez sur internet !**

- **Regardez dans Google ou dans la presse** comment sont faits les annonces qui touchent au développement personnel (Adwords...).
- **Regardez des sites** qui traitent des sujets du développement personnel (Blogs, sites web...).
- **Trouvez des livres** ou des magazines sur internet ou ailleurs qui parlent de développement personnel et regardez les titres qui donnent envie d'acheter ces livres.
- **Regardez sur internet les pages de ventes de vos concurrents**, décortiquez les sujets et problématiques qui sont abordés, les solutions aux problèmes qui sont présentés...
- **Mettez vous à la place d'une personne** qui cherche par exemple à être bien dans sa peau, à gagner plus d'argent, à avoir une meilleure santé, etc..., imaginez ce qu'il pourrait rechercher (Google, forums...) et notez toutes ces idées.

## **2 Mettez vous à la place du client**

Il est important de vous représenter la personne susceptible d'être intéressé à votre futur produit !

Est-ce que votre client est jeune / vieux ? Est-ce qu'il est riche ou pauvre ? **Essayez de dresser un portrait Robot du client type.**

Par exemple, mettez-vous à la place d'un jeune homme. Cette personne à peut-être du mal à s'exprimer face à une fille, veut se perfectionner pour passer un examen, chercher sa réussite professionnelle, se demander comment réussir dans la vie, etc...

**Ensuite imaginez des solutions à ces problèmes. Vous allez ainsi identifier votre "niche" marketing.**

Par exemple, les femmes qui cherchent à maigrir sont une niche, un sportif qui cherche à améliorer sa confiance en soi est une niche.

Une niche est un segment de la population globale qui a un problème précis qui est en demande d'une solution. Vous devez trouver la solution à son problème afin d'avoir au final, des clients vraiment ciblés.

**Essayez également d'estimer le volume "à vue de nez"**, afin de savoir si c'est une micro-niche (quelques milliers de prospects) ou un vrai marché (plusieurs millions de personnes). Entre les personnes qui cherchent à maigrir, et les éleveurs de perroquets le volume n'est pas le même, et vous devez être sûr que vos efforts seront récompensés par des ventes suffisantes pour permettre d'avoir un retour sur investissement !

## **3 Trouvez les mots clés de votre marché !**

**Vous devez ensuite vous servir d'un des outils de Google** "External Keyword Tool" pour savoir ce que tapent les internautes dans leur moteur de recherche et ainsi avoir une idée de la pertinence et du volume de cette recherche sur internet.

Mot ou expression (un par ligne) : confiance en soi Site Web :

Options avancées Zones géographiques : France Langues : Français

Recherche

**Contient**  
 Trier : **Ordre alpha** | Le plus de recherches

Tous  
 confiance (6)  
 confiance en soi (93)  
 Termes divers (11)

**Types de correspondance**  
 Large  
 [Exact]  
 "Expression"

**Aide**  
 Pourquoi les statistiques de trafic de recherche sont-elles différentes d'un Générateur de mots clés à l'autre ?  
 Comment utiliser le Générateur de mots clés pour obtenir des

**Idées de mots clés**

Mot clé	Concurrence	Recherches mensuelles globales
<input type="checkbox"/> développer confiance en soi		320
<input type="checkbox"/> développer confiance en soi		590
<input type="checkbox"/> avoir confiance en soi		9 900
<input type="checkbox"/> manque confiance en soi		5 400
<input type="checkbox"/> formation confiance en soi		880
<input type="checkbox"/> retrouver confiance en soi		1 600
<input type="checkbox"/> reprendre confiance en soi		1 900
<input type="checkbox"/> confiance en soi		74 000
<input type="checkbox"/> améliorer confiance en soi		210

Par exemple recherchez “confiance en soi”, prenez les mots les plus porteurs et ajoutez-les à votre liste. C’est à vous de voir ce que vous incluez dans ces termes. Pensez aussi aux mots avec une faute d’orthographe : confiance en soit par exemple. Vous pouvez aussi faire de nouvelles recherches à partir des mots que vous aurez trouvés, comme estime de soi, par exemple.

#### 4 Prenez le pouls du marché !

Les recherches globales peuvent être un indicateur des termes à la mode ou qui montent, donc avec de forts volumes de recherches

- **Google insights** : retrouvez les recherches les plus populaires. Vous pouvez cibler par pays, par date...
- **Search Yahoo Buzz** : les tendances des recherches selon Yahoo Buzz.
- **Forumlinter** : les mots les plus souvent recherchés par les visiteurs de ce site.
- **Zeitgeist de Google** (uniquement pour les USA) : retrouvez les requêtes les plus recherchés dans le monde entier par an.

#### 5 Analysez les meilleures ventes sur Amazon !

**www.Amazon.fr. est une autre bonne source d’idées.**

Regardez les livres qui ont de bonnes ventes. Plus il est vendu de livres sur le sujet, meilleures sont vos chances.

Recherchez dans le site “Amazon” puis dans l’onglet “Meilleures ventes”. Vous verrez les 100 meilleures ventes du site. Vous pouvez aussi choisir les meilleures ventes par thèmes.

#### 6 Regardez les produits les plus demandés sur Ebay !

**Utilisez le moteur de recherche de www.ebay.fr et vérifiez s’il y a eu des ventes en rapport avec ce qui vous intéresse.**

Si vous voyez qu’un vendeur a de nombreuses ventes, cliquez sur son nom pour voir ses ventes. Cliquez ensuite sur les ventes pour voir si elles sont réussies.

Vous pouvez retrouver les produits les plus demandés sur ebay ici : [http://product-index.ebay.fr/best\\_selling\\_1.html](http://product-index.ebay.fr/best_selling_1.html)

Cette section vous donne les best-sellers du moment. Si vous cliquez sur la catégorie, vous avez les

100 meilleures ventes.

Je ne sais pas si vous comprenez l'anglais ! Si c'est le cas, allez à <http://pages.ebay.com/sellercentral/sellbycategory.html> vous y trouverez de nombreux outils et idées de produits qui se vendent bien.

## 7 **Espionnez vos concurrents !**

**Recherchez les sites qui ont un rapport avec ce que vous voulez vendre.**

S'ils proposent l'abonnement à une newsletter, inscrivez-vous.

Regardez le code source des sites concurrents. Placez la flèche de votre souris sur la page que vous aurez trouvé, faites un clic bouton droit puis cliquez sur "code source". Souvent, vous allez avoir en début de texte des mots-clé. Ils sont après la rubrique KEYWORDS et peuvent vous donner des idées.

## 8 **Recherchez les problèmes des internautes sur les forums !**

**Les forums sont un excellent moyen de trouver des idées par rapport à votre marché.**

En effet, dans les forums, les internautes entament des discussions pour trouver des solutions à leurs problèmes.

Cherchez dans google des forums qui ont un rapport avec votre marché et recherchez ce que les internautes désirent (CommentCaMarche.net, Doctissimo...).

## 9 **Surveillez votre marché !**

**Google et Yahoo vous proposent des outils pour faire de la veille concurrentielle sur un sujet.**

Vous pouvez vous inscrire à ces deux services gratuits :

- <http://www.google.fr/alerts?hl=fr>

- <http://beta.alerts.yahoo.com/>

Vous pourrez choisir quels types d'informations que vous voudrez recevoir (mot clé, expression...), la fréquence d'envoi, le nombre de résultats et le mode d'envoi.

Vous pouvez aussi utiliser d'autres outils comme **Twitter, Wikio, Netvibes...** pour créer votre propre veille sectorielle.

### Real-time results for **développement personnel**

 Remove this saved search  
[Search for users »](#)



**jp860** Bonjour, Comment Avoir + 20 LIVRES GRATUITS de **Développement Personnel** ? Lisez ceci maintenant:  
<http://minu.me/2i9f>  
about 14 hours ago via web



**keshabraj** Mieux-Etre.org - Psychothérapie, **développement personnel**, santé - Ecoles et thérapeutes <http://bit.ly/cigpin>  
11:25 PM Aug 13th via clearwebstats.com



**KPITAINFLAM** J'ai rejoint le hub Viadeo **Développement personnel** et connaissance de soi par les contes et mythes

## **10 Sillonnez les kiosques à journaux !**

**Si vous passez à côté d'un kiosque à journaux, rentrez dedans et feuillotez les revues.**

Cherchez une page qui indique les coordonnées de la revue, surtout son tirage. Regardez les annonces et voyez les sujets qui fonctionnent le plus.

## **11 Vérifiez les listes de fichiers à louer !**

Si un autre entrepreneur a déjà constitué un fichier de clients ou de prospects sur un sujet, cela peut dire que ce sujet est porteur.

Pour avoir cette information qui est si confidentielle, c'est facile !

La plupart des entreprises louent leurs fichiers. Il vous suffit donc d'étudier les fichiers disponibles à la location et surtout le nombre de personnes de ces fichiers pour avoir une idée du marché correspondant.

Si vous tapez "locations de fichiers" dans Google. Vous trouverez des dizaines de sites pour louer des fichiers de prospects ou de clients. Certains vous donnent le potentiel exact de chacun des fichiers !

Il est conseillé de ne pas louer ces fichiers. Prenez seulement les renseignements pour vous donner une idée du POTENTIEL du marché par rapport aux domaines qui vous intéressent.

Imaginez que vous vous intéressiez à l'élevage du berger-allemand. Si vous trouvez des fichiers de plus de 100.000 adresses sur ce sujet, c'est qu'il y a un marché en demande. Si ce sont des fichiers de moins de 5.000 adresses, vous ne pourrez pas suffisamment développer votre affaire, sauf si vous avez un produit à un prix élevé à proposer.

## **12 Où que vous soyez, continuez votre enquête !**

**Vous pouvez trouver des idées chez vous ou en vous promenant dans la rue.**

Regardez les panneaux publicitaires, les messages de pub à la télé et écoutez ceux de la radio. Les émissions télé, le journal TV, la une de Yahoo Actualités... vous indiquent quels sont les sujets à la mode.

Chaque instant de votre vie est une occasion pour trouver des idées de votre futur produit.

## **13 Vous devez apprendre à connaître votre marché !**

Le succès et la réussite dans votre business ne vient pas de la création d'un produit que l'on impose sur le marché, mais de la bonne connaissance de ce que les gens veulent. **Vous devez apprendre quels sont leurs problèmes.**

Si vous connaissez bien le marché que vous visez, ses attentes, sa recherche, ses problèmes, la moitié de la vente sera déjà faite.

Vous devez donc rencontrer des personnes intéressés par ce sujet, discuter avec eux, connaître plus avant leurs motivations... Si dans votre entourage certaines personnes sont concernées, discutez avec elles !

Vous avez également les centaines de salons qui ont lieu tous les semaines, et qui vous permettent de rencontrer en direct les personnes et dialoguer avec eux. Visitez des sites comme [www.salons-online.com](http://www.salons-online.com) pour connaître les dates des manifestations.

## **14 Étudiez ce qui vous plaît !**

**Étudiez un marché, oui ! Mais étudiez un marché qui vous passionne c'est mieux !**

Concentrez-vous sur vos propres passions car à un moment ou un autre, vous allez devoir vous adresser à votre prospect pour le transformer en client. **Si vous connaissez parfaitement votre sujet, il vous sera plus facile de le convaincre.**

En même temps, faire une chose qu'on aime est beaucoup plus facile à faire qu'une chose qui ne nous plaît pas.

Si vous travaillez dans un domaine qui vous passionne, vous serez toujours motivé pour appliquer les différentes tâches quotidiennes de votre business.

Même s'il y a beaucoup de concurrence dans le domaine qui vous aimez, ne pensez surtout pas qu'il est saturé. Au contraire, cela voudrait dire que ce marché est en demande. Vous aurez juste à faire une offre différente et meilleure que celle de vos concurrents.

## **En conclusion !**

Avec toutes ces informations, **vous serez en mesure de trouver les personnes qui recherchent VOS solutions à leurs problèmes.**

Mais tout cela doit se faire avec patience, n'allez pas trop vite, prenez vraiment votre temps car l'étude de marché et sûrement la partie plus importante pour la réussite de la vente de votre futur produit.

Pour aller plus loin, n'hésitez pas à visiter le blog de **Daouda Diakité : Travail-Independant.biz**