



Fiche Etude de marché en Afrique

Objectifs	notes
<ul style="list-style-type: none"> • Objectif général : Cartographier le marché cible • Objectifs spécifiques : <ul style="list-style-type: none"> ○ Réaliser une étude approfondie quantitative et qualitative des différents segments de marché visés ○ Déterminer avec exactitude les attentes et motivations des différentes cibles leurs habitudes de consommation ○ Analyser les offres concurrentes suivant la méthode d'analyse convenue ○ Analyser les opportunités et les menaces du secteur ○ Formuler des recommandations pertinentes 	
Méthodologie	
<ul style="list-style-type: none"> • Réunion d'information : <ul style="list-style-type: none"> ○ Redéfinition et confirmation des attentes du client ○ Validation du planning d'exécution de la mission, de l'échantillon et du questionnaire • Étude documentaire : chambre de commerce, Statistiques, internet, revues spécialisées, • Etude qualitative : entretiens individuels semi-directifs, focus group • Quantitative: Questionnaire <p>Outils d'analyses : PESTEL, PORTER, SWOT, étalonnage et analyse comparative Outils de traitement de données : Sphinx, SPSS, Excel Difficultés fréquentes en Afrique: Vétusté des statistiques, informel, interlocuteurs peu disponibles, aléas du climat</p>	
Livrables	
<ul style="list-style-type: none"> • Rapport intermédiaire • Rapport final • Soutenance orale • fichiers bruts : questionnaires, enregistrements, documents ressources 	

Conditions:

- **Durée**: 30 à 90 jours en général
- **Cout** : Paiement de 50% au début de la mission et de 50% après le rapport final
- **Suivi et évaluation** :
 - Outsourcing s'engage à remettre un rapport intermédiaire après chaque phase de la mission
 - Outsourcing s'engage à proposer un plan de communication à chaque début d'exercice
- **Légal** :
 - Résultats de l'étude est la propriété exclusive de son commanditaire
 - La confidentialité doit être tenue tel que convenue avec le partenaire