

# COMMENT CONCEVOIR UNE ETUDE DE LA CONCURRENCE ?

## 1 définir les objectifs : vous voulez mesurer QUOI ?

L'étude peut porter sur l'ensemble de l'UC ou sur un rayon en particulier

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Données générales sur le point de vente</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• L'accès (Circulation, Navettes, T. Commun)</li><li>• Disponibilité du parking</li><li>• Propreté extérieure et intérieure</li><li>• Présence des supports d'information et promotionnels</li><li>• Signalétique</li></ul> <p><b>Balilage intérieur</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Facilité de trouver les rayons</li><li>• Repérage des familles de produits</li><li>• Informations sur les produits</li></ul> <p><b>Les facteurs d'ambiance</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Propreté</li><li>• Eclairage</li><li>• Musique de fond</li><li>• Rangement du magasin</li><li>• Animations</li></ul> <p><b>Le personnel commercial (suivant la nature de l'UC)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Accueil</li><li>• Prise en charge du client</li><li>• Compétence</li><li>• Disponibilité</li></ul> | <p><b>Présentation de l'offre dans les (Le) rayon(s)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Absence de rupture</li><li>• Affichage des prix</li><li>• Mise en valeur des MDD</li><li>• Balisage prix</li><li>• Présence de cross-merchandising</li><li>• Présence d'ILV</li><li>• Attractivité des têtes de gondoles</li></ul> <p><b>Passage en caisse</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nombre de personnes dans les queues</li><li>• Temps de service</li><li>• Temps total</li></ul> <p><b>Informations et services clients</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Le service « accueil » ou « informations clients » est-il disponible et accueillant ?</li><li>• Est-il efficace (échange de produits, remboursement...) ?</li><li>• Des informations locales sont-elles disponibles (manifestations locales, offres d'emplois, petites annonces...)</li><li>• Présence et attractivité d'un coin enfant ?</li><li>• Présence d'une boîte à suggestions ?</li></ul> <p>Il me paraît important de rajouter</p> <p><b>La digitalisation IN STORE de l'unité commerciale (voir cours BC21-2, concernant la présence des outils et des procédures de phygitalisation)</b></p> <p><b>La digitalisation OUT STORE de l'unité commerciale (site web, réseaux sociaux, ...)</b></p> |
|---|--|

Bien évidemment vous n'êtes pas obligé d'évaluer l'ensemble des items.  
On trouve sur internet de nombreuses grilles d'évaluation de la concurrence.  
TOUTES nécessitent une **ADAPTATION à votre étude**

## 2 identifier les concurrents

Carte Google Maps, Mappy.....ou autre avec la position des concurrents



### 3 Elaboration de la grille de collecte des informations

Rédiger la grille de collecte des informations. A ce niveau il existe deux types de formulations :

#### FORMULATION 1 énoncé de l'item avec échelle d'évaluation

| Domaines                              | Critères                  | Excellent                | Bon                      | Insuffisant              | Déplorable               |
|---------------------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Accessibilité et extérieur du magasin | Emplacement               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|                                       | Accessibilité             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|                                       | Facilité de stationnement | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|                                       | Horaires d'ouverture      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Note sur 10 : /_/_                    |                           |                          |                          |                          |                          |

Il faut alors la grille de codification pour chaque critères (Que veut dire Emplacement « excellent » ? emplacement « bon ».....)

Il faut alors mettre place une grille barème pour CHAQUE question

Exemple :

|                           | 0   | 1  | 2  | 3  |
|---------------------------|---|--|--|--|
| Facilité de stationnement | aucune place de disponible <input type="checkbox"/> | 1 à 5 places de disponibles mais mal placées | Il existe des places disponibles, éloignées de l'entrée <input type="checkbox"/> | De nombreuses places de disponibles sur l'ensemble du parking <input type="checkbox"/> |

C'est lourd ! et long. Je préfère la formule 2

#### FORMULATION 2 Question à réponse binaire

|   | 1 | 0 |
|---|---|---|
| <b>L'approche extérieure de l'unité commerciale</b>   |   |   |
| La signalisation pour arriver à l'unité commerciale permet de trouver facilement le magasin |   |   |
| Le parking présente au moins une place de libre   |   |   |
| Les caddys sont facilement accessibles et il y a des caddys disponibles ?                   |   |   |
| Etc.  |   |   |



#### 4 Faire la visite

#### 5 Remplir la grille d'évaluation

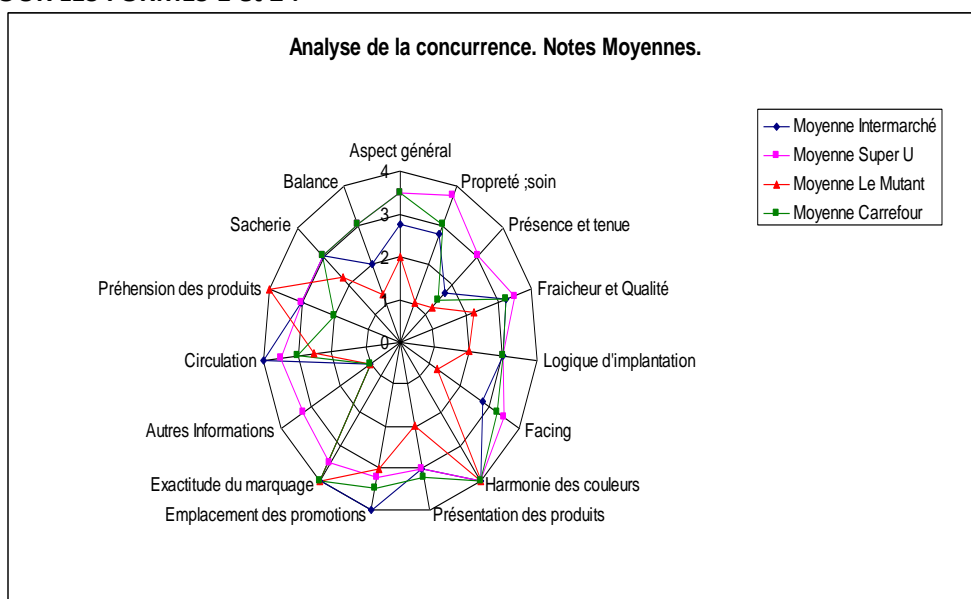
Il me semble nécessaire que cette grille soit remplie au moins 2 fois... par 2 personnes différentes

#### 6 Stockage et traitement des informations

Pour chaque thème, calculez le nombre de points (on peut ramener les points « /10 » afin d'avoir un graphique lisible )

Tableau et graphique (radar)

#### POUR LES FORMES 1 et 2 :



#### 8 Analyse et préconisations

La comparaison des concurrents avec notre UC (il faut faire d'autres graphiques sous Excel) nous permettra d'identifier nos points + et nos points –

Si nous sommes les meilleurs, avons-nous la note maximale ? Peut-on « progresser » ?

