



# ETUDES DE MARCHÉ GRAND PUBLIC

Proscop dispose d'**outils exclusifs** (méthodes et bases de données), **adaptées à votre politique de développement commercial pour les marchés Grand Public** sur le territoire français et les principaux pays européens, notamment sur les domaines touchant à l'évaluation de marché, l'analyse de la performance, la fixation d'objectifs commerciaux, enquêtes face à face, téléphonique, en sortie de points de vente.

## Etude Potentiel de consommation

**Evaluation des dépenses des ménages (Richesse Vive®) par zone géographique** (départements, arrondissements, cantons, zones de chalandises des villes ou zones spécifiques, communes, quartiers Iris, îlots) **et par poste de dépenses** (plus de 500 familles de produits suivies en permanence).

## Analyse de la performance commerciale

**Etude spécifique** visant à analyser la **performance commerciale** par zone géographique composant chaque secteur de vente et par famille de produits et à déterminer **les segments de marchés à développer**. L'**analyse** pouvant être réalisée à la fois **en nombre de clients et en C.A.** ce qui conduira à préconiser un développement du nombre de clients sur une zone ou à orienter vers un meilleur ciblage des segments à fort potentiel.

## Fixation d'objectifs commerciaux

**Les objectifs de chiffre d'affaires ou quotas de vente** sont souvent calculés sur la base d'un historique de chiffre d'affaires, ce qui conduit très souvent à créer et à accentuer les déséquilibres entre secteurs. Plus le secteur progresse plus on demande d'effort, à l'inverse les secteurs à faible progression se verront attribuer des objectifs minorés.

Or une fixation d'objectif doit intégrer d'autres paramètres (notamment **le potentiel du secteur**) et doit être calculé en fonction du **niveau de performance** (comparaison C.A. et potentiel).

**Lorsque la performance est faible, la progression peut être importante et rapide. Lorsque la performance est au contraire très forte les marges de progression sont limitées** car le secteur a déjà été correctement exploité.

Sur ce principe Proscop propose la réalisation de calcul d'objectifs commerciaux visant à optimiser le potentiel de développement de chaque secteur.

## Découpe sectorielle

**L'équilibre des secteurs de vente** (en potentiel de C.A. mais également en charge de travail) est un des éléments essentiels de la réussite commerciale d'une entreprise. Effectuer **une nouvelle découpe sectorielle** en raison de l'extension, la restructuration ou la réorganisation de la force de vente peut s'avérer **fastidieux** à réaliser **sans outils spécifiques** et conduisant souvent à un résultat non optimal.

**Proscop a développé un outil informatique** qui permet de réaliser un découpage sectoriel homogène sur le territoire, de façon automatisée et sous contrainte permettant la simulation de nombreux découpages conduisant à l'atteinte d'un équilibre sectoriel optimisé.

La notion de contrainte pouvant être de nature géographique (maintien des commerciaux sur leur département d'habitation) ou quantitative : quota d'heures de visites potentielles à ne pas dépasser sur le secteur, niveau de chiffre d'affaires minimum par secteur, quota de prospection minimale par secteur, ...

**Proscop intervient** habituellement sur des problématiques d'**équilibre de secteurs existants**, sur le découpage de secteurs pour une **nouvelle force de vente** ou sur la **restructuration de forces de vente** (extension ou réduction du nombre de secteurs).

## Enquêtes

**Enquêtes en face à face, téléphoniques, sortie de points de vente** : Etude des profils de consommation, du comportement d'achat, notoriété et image de marques, ...

## Analyse de marchés

**Etudes visant à évaluer les principales caractéristiques d'un marché** : Dimension et évolution du marché, poids des circuits de distribution, principaux acteurs du marché, concentration et maturité du marché, opportunité ou menaces pour un nouvel entrant, ...

