

Produit Fil Rouge

Fondamentaux du marketing et comportement du consommateur



Document d'étape fixer des objectifs quantifier

Nom : MAGNAN Rachel

Groupe : G6

PFR: mon PFR est une application payante qui a pour principe d'acheter des vêtements de seconde main. D'une façon opérationnelle, il faudra simplement prendre une photo du vêtement avec son smartphone et le vêtement de seconde main apparaîtra (si il existe en seconde main). Cela mettra alors en contact le vendeur qui possède le vêtement et le potentiel acheteur.

Marché générique : Gagner du temps dans la gestion de ses achats vestimentaires tout en étant éco-responsable

DE	OPPORTUNITÉS	MENACES
1.2	<ul style="list-style-type: none">- les clients disposent d'un pouvoir de négociation faible. Cela représente donc une opportunité forte.- la menace des produits de substitution est relativement faible. Cela représente donc une opportunité forte.- Le pouvoir de négociation fournisseur est faible. Cela représente donc une opportunité forte.	<ul style="list-style-type: none">- Mon PFR n'a pas de concurrence mais la menace de nouveaux entrants est modérée.

1.3	<ul style="list-style-type: none"> - La technologie et le High-tech représente une opportunité modéré. - Une utilisation simple représente une opportunité forte. - Les influenceurs représente une opportunité modéré. - Les médias représente une opportunité modéré. - L'écologie représente une opportunité forte 	
2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Le risque financier est faible cela représente une opportunité forte. - Le risque de performance est modéré cela représente une opportunité modérée. - Le risque social est nul cela représente une opportunité forte. 	

À partir des conclusions de l'analyse du contexte commercial et du comportement des consommateurs, je conclus que mon PFR possède plus d'opportunités que de menaces.

En effet, les opportunités de mon PFR sont nombreuses, de plus même si mon PFR comporte des menaces, elles sont relativement faibles car leur intensité est modérée. C'est pour cela que mon PFR possède plus de chances d'atteindre un grand nombre de sa cible (CP).

Donc, au vu des résultats, mon objectif en valeur absolue de mon PFR serait de toucher environ **8%** de ma cible à quantifier, car mon PFR présente plus d'opportunités que de menaces.

Ma cible à quantifier est mes CP, car c'est la cible que j'avais choisie dans mon DE 3.2. Ainsi, les CP sont au nombre de 6 345 630.22 personnes, donc $6\,345\,630.22 \times 0,08\% = 5\,076.50$ personnes.

J'é mets donc l'hypothèse que mon PFR pourrait toucher **5 076.50** consommateurs la première année.