

# Etude Maillage



## Cible

Réseaux de distribution

## Objectifs

Diagnostic des possibilités d'implantation de l'enseigne sur un territoire.  
Hiérarchisation et détermination de la valeur des sites (forces et faiblesses) en fonction de l'environnement.  
Analyse précise du marché potentiel.

## Contenu

Création d'un modèle permettant de déterminer les paramètres pouvant influencer sur les performances d'un magasin et ses différentes caractéristiques : paniers, chiffres d'affaires...  
Constitution d'une base de données environnement des magasins existants  
Exploitation du modèle pour déterminer le potentiel de développement et donc de chiffre d'affaires potentiel pour de futurs emplacements.