

Etude Potentiel



Cible

Enseigne de la distribution
Enseignes indépendantes
Promoteurs

Objectifs

Analyse approfondie du site, des caractéristiques sociodémographiques de la zone, des concurrents et du marché théorique disponible,
Estimation précise du potentiel de votre projet, en s'appuyant sur une analyse géomarketing complète.

Contenu

Diagnostic complet du site lors d'un déplacement sur le terrain (audit du site, visite des concurrents, recherche d'informations auprès des établissements publics, reportage photographique, etc)

Description détaillée du site à travers l'étude de ses principales caractéristiques,
Détermination de la zone d'influence du projet, barrières rencontrées,
Analyse économique et socio démographique des habitants de la zone (structure démographique, niveaux de revenus, répartition par âge, typologie de l'habitat, etc),
Analyse concurrentielle de chaque concurrent direct (fiche d'identité),
Détermination du potentiel de consommation et mesure de l'évasion des dépenses,
Estimation du chiffre d'affaires potentiel (modélisation permettant l'application de taux d'emprise pour chaque commune et / ou quartier IRIS de la zone, pondérés par la grille qualitative)