

Fiche #8

Marché visé et capacité de production

Le but est de dimensionner notre affaire afin de se rassurer les investisseurs

1. Au niveau des segments de marché ciblés
 - a. On est sûr qu'il y a suffisamment de monde dans ces segments et qu'ils ont un pouvoir d'achat suffisant ?
 - i. Rappel de l'offre : « Je veux ouvrir un bar de tacos et tequila à Metz et je cible les jeunes professionnels, entre 25 et 40 ans, sans enfants, qui aiment sortir le soir après le boulot et qui sont intéressés par le Mexique... »
 - ii. Question : « combien de personnes y a-t-il à Metz, qui fréquentent les lieux autour de mon emplacement, et qui dépensent en moyenne 30 euros par soirée ? »
 - iii. Recherche : statistiques officielles des personnes entre 25 et 40 ans, des ménages médians ou aisés, à Metz ; puis je prends un pourcentage équivalent au taux de marché des bars à thèmes ou de la nourriture mexicaine sur tous les restaurants de fast-food. Si ces statistiques ne sont pas disponibles, j'é mets des hypothèses ou j'utilise des proxys (je généralise une information nationale au niveau local : je trouve, par exemple, la statistique pour la France et je m'inspire de la proportion de la population à Metz, par rapport à la métropole).
 - b. Une fois la population comptabilisée, je multiplie par le montant moyen qu'ils dépenseront chez moi et j'ai mon chiffre d'affaires potentiel du marché.
2. Au niveau de la capacité de production
 - a. « OK, j'ai des clients potentiels, mais ai-je la capacité de les satisfaire ? »
 - i. Quelle est ma capacité de production ? Combien de produits puis-je produire en même temps ? Combien de clients puis-je accueillir en même temps ?
 - ii. Au niveau du local : si j'ai un service ou un autre produit qui se consomme sur place, est-ce que j'ai suffisamment de place pour les accueillir ?
 - iii. Au niveau des serveurs : si j'ai une application, est-ce que mes serveurs seront capables de supporter le flux des demandes simultanées ?
 - iv. Au niveau du personnel : ai-je suffisamment de personnes, dans les bons horaires, pour concevoir, produire, vendre, et suivre le consommateur (avec le service après-vente, par exemple) ?
 - v. Au niveau des machines et des équipements : ai-je prévu suffisamment de capacité pour répondre à toutes les demandes de mes clients en temps et en heure ?
 - b. Une fois que ma capacité de production est dimensionnée, cela peut m'apporter finalement une estimation en termes de chiffre d'affaires (quantité de produit multipliée par le prix de vente) maximum (travaillant à 100 % de ma capacité) ?