

LISTE DE CONTRÔLE : ÉTUDE DE MARCHÉ

1. Identification du marché : sa taille, ses caractéristiques géographiques.
2. Concurrence; part du marché.
3. L'adéquation du produit.
4. Les caractéristiques démographiques.
5. Les barrières tarifaires.
6. Les barrières non tarifaires.
7. Les créneaux.
8. La conjoncture économique.
9. La stabilité du régime politique.
10. Les pratiques commerciales.
11. L'ingérence de l'État dans le commerce et la société.
12. Les obstacles linguistiques.
13. Le(s) concurrent(s) :
 - les prix
 - les méthodes de vente
 - les méthodes de distribution
 - les méthodes publicitaires
 - la documentation, les brochures
 - les méthodes de service
 - les délais de livraison.
14. Les foires commerciales utiles.
15. Les brevets, droits d'auteur, licences.