

Section A : Portrait de la clientèle

Quelle clientèle s'intéresse au produit?

- Quelles sont les caractéristiques communes à l'ensemble de la clientèle, c'est-à-dire à quel segment du marché correspond-elle, et quels aspects peuvent en caractériser les sous-segments, notamment :
 - p. ex., par segmentation démographique et socio-économique (selon l'âge, le sexe, le revenu, le lieu de résidence, etc.)
 - par segmentation psychographique — en fonction du mode de vie et de la personnalité du client (s'agit-il de personnes dynamiques, conformistes, novatrices, etc.).

Combien compte-t-on de clients importants?

- La masse de la clientèle est-elle concentrée ou très étendue, verticale ou horizontale?

Quels sont les avantages qui priment aux yeux de l'utilisateur du produit?

- À quels facteurs les clients accordent-ils de l'importance?
 - prix
 - qualité
 - fonction du produit, design, compatibilité avec d'autres produits
 - disponibilité du produit au moment opportun
 - souplesse et adaptabilité du produit
 - service, fiabilité, garanties, gamme d'options

Quelle importance le client accorde-t-il au produit?

- S'agit-il d'un article essentiel?
- Un autre produit de remplacement pourrait-il intéresser le client?
- S'agit-il d'un produit dont le client doit se réapprovisionner de façon régulière, d'une commande importante non renouvelable ou de commandes très occasionnelles?
- Le produit est-il commandé en grande quantité? Des escomptes au volume sont-ils consentis?
- Comment le produit ou le service s'intègre-t-il au budget global de dépenses du client?

Comment la clientèle évolue-t-elle?

- De quelle façon la clientèle du pays cible évolue-t-elle?
- Quelles répercussions cette évolution peut-elle avoir sur la commercialisation à venir du produit ou du service?

Quelles sont les habitudes de dépense des consommateurs?

- Quelles sont les priorités actuelles du consommateur en matière de dépenses?
- Quelles sont leurs tendances en matière de dépenses?
- À combien s'élève le revenu disponible du consommateur? Peut-on observer des tendances à cet égard?