

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*



CHAMBRE DE COMMERCE,  
D'INDUSTRIE ET DE SERVICES  
DE LA MOSELLE



**SYNERGIE**  
CENTRE EUROPEEN D'ENTREPRISE & D'INNOVATION



**Le nerf de la guerre, c'est... ?**

*Bien estimer son Chiffre d'Affaire*



**LE CLIENT**

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*



## Sommaire :

- I. Méthode des référentiels
- II. Méthode des intentions d'achat
- III. Méthode des parts de marché
- IV. Méthode opérationnelle ou test

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*

## **I. Méthode des référentiels**



Il s'agit ici de collecter toutes les **informations** concernant votre activité et vos concurrents.

Trouver toutes les **analyses sectorielles** qui vous donnent des informations sur les ventes, l'effectif, les marges de votre activité et de vos concurrents.

Le but est d'étudier des projets similaires dans votre zone de chalandise.

*(Exemple : ODIL, Statistiques du Centre Mosellan de Gestion)*

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*

## **II. Méthode des intentions d'achat**



Il s'agit de questionner un nombre significatif de **prospects** sur leurs intentions de consommation ou d'achat de votre produit ou service.

*(définition du panel, questionnaire, dépouillement)*

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*

## III. Méthode des parts de marché



L'objectif est d'évaluer le marché en fonction de l'étude de terrain des **clients potentiels** et de la **concurrence** (forces et faiblesses, différenciation et atouts spécifiques)  
Vous estimez la part de marché que vous êtes susceptible de conquérir.

# *Bien estimer son Chiffre d’Affaire*

## **IV. Méthode opérationnelle ou test**



Il s’agit de tester en **réel**, ou **grandeur nature**, votre idée, votre projet. Pour cela, il est possible de s’adosser à une structure juridique telles que les sociétés de portage salarial, ou couveuses d’entreprise.

Mais également, quand cela est possible et sous certaines conditions, le statut d’**auto entrepreneur** peut être utile pour tester le marché .

# *Bien estimer son Chiffre d'Affaire*



CHAMBRE DE COMMERCE,  
D'INDUSTRIE ET DE SERVICES  
DE LA MOSELLE



## Conclusion

La réalité consiste à mixer ces **4 méthodes avec une bonne dose de bon sens et de réalisme**. Mais les questions à se poser sont toujours les mêmes, et ce, quel que soit votre domaine d'activité .

- 1) Je vends quel produit / service ?
- 2) Où je le vends ?
- 3) Comment je le vends ?
- 4) A qui je le vends ?
- 5) ..... A quel prix ?