

Étude de marché

Sommaire :

I. Résumé

Objectifs de l'étude de marché : Définir les informations clés à collecter pour éclairer les décisions stratégiques

Méthodologie : Détaillée les outils et techniques utilisés pour la collecte de données.

II. Analyse du marché

A. Le marché global du e-commerce

Opportunités et menaces : Analyse PESTEL (Politique, Économique, Social, Technologique, Écologique, Légal).

SWOT

B. Le marché cible

Analyse des besoins et attentes : Comprendre les motivations, les freins et les préférences des clients.

Taille et profil du marché cible : Déterminer le nombre de clients potentiels et leurs caractéristiques (1 ou 2 persona selon vos cibles.)

III. Analyse de la concurrence

Identification des concurrents : Directs et indirects, sur le marché national et international

Analyse de l'offre : Produits/services, prix, stratégie marketing, positionnement.

Forces et faiblesses des concurrents : Identifier les points d'avantage et de différenciation.

IV. Stratégie marketing

Mix marketing : Définir les 4P (Produit, Prix, Place, Promotion).

V. Planification de l'architecture du site et des fonctionnalités [TP1]

Plan d'action marketing : Détaillez les actions concrètes pour atteindre les objectifs.

Arborescence du site qui représente la structure de leur site e-commerce.

VI. Conclusion

VII. Annexes

I. Résumé

Présentation du projet : Brève description du site web e-commerce et des produits/services à proposer

BIOUCHES est une entreprise spécialisée dans la fabrication de couches pour les nourrissons, depuis les prématurés jusqu'à l'âge de 3 ans. Nous proposons une gamme de produits comprenant des couches biodégradables ainsi que des couches réutilisables, lavables après usage. Notre objectif est de fournir une solution écologique à un problème majeur de notre société : les déchets générés par les couches jetables, qui atteignent environ 7,5 kg par an et par habitant en France, soit environ 351 000 tonnes de déchets chaque année.

Outre notre engagement envers l'environnement, le confort et la sécurité des bébés sont notre priorité. Nous avons développé une formule dermatologiquement approuvée qui prend soin de la peau délicate et des muqueuses des nourrissons les plus sensibles. Chez BIOUCHES, nous nous efforçons de concilier qualité, durabilité et respect de l'environnement pour offrir aux parents une solution responsable et sûre pour leurs enfants.

Objectifs de l'étude de marché : Définir les informations clés à collecter pour éclairer les décisions stratégiques

Les objectifs de notre étude de marché dans le secteur des couches pour bébés sont les suivants :

1. **Récolter des informations et maîtriser le domaine des couches :** Nous cherchons à acquérir une compréhension approfondie du marché des couches pour bébés, y compris les tendances, les préférences des consommateurs, les innovations technologiques et les pratiques commerciales actuelles.
2. **Améliorer notre connaissance pour assurer la rentabilité :** En comprenant mieux les besoins et les attentes des familles que nous ciblons, nous pouvons développer des produits et des stratégies de marketing plus efficaces, ce qui contribuera à assurer notre rentabilité dans ce secteur compétitif.
3. **Identifier les facteurs indispensables pour les familles ciblées :** Nous visons à déterminer quels sont les éléments les plus importants pour les familles lorsqu'elles choisissent des couches pour leurs bébés, que ce soit le confort, la sécurité, la durabilité, le prix ou d'autres caractéristiques spécifiques.

4. **Déterminer la composition à privilégier pour le bien-être de la peau** : Nous souhaitons identifier les ingrédients et les matériaux qui sont les plus bénéfiques pour la peau sensible des bébés, en tenant compte des préoccupations dermatologiques et des exigences de sécurité.
5. **Comprendre qui achète des couches pour bébés** : Nous cherchons à définir les segments de marché les plus importants et à comprendre les comportements d'achat des différents groupes de consommateurs, y compris les jeunes parents, les familles à revenu élevé, les familles écologiquement conscientes, etc.
6. **Analyser les enjeux environnementaux** : Nous nous intéressons aux préoccupations environnementales des consommateurs et à la manière dont elles influencent leurs choix en matière de couches pour bébés. Nous examinons également les solutions écologiques disponibles sur le marché et leur potentiel d'acceptation par les consommateurs.

Méthodologie : Détaillée les outils et techniques utilisés pour la collecte de données.

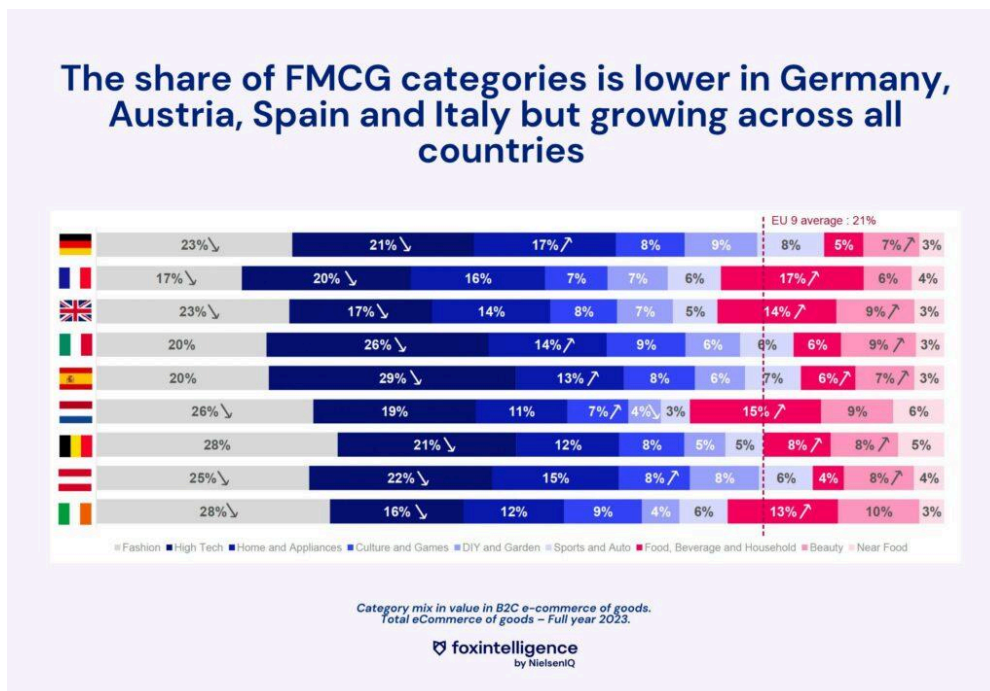
Nous utiliserons une variété d'outils et de techniques pour collecter des données précieuses dans notre étude de marché sur les couches pour bébés :

1. Recherche documentaire : Analyse de rapports de marché, d'articles et de publications.
2. Sources statistiques : Utilisation de données et de recherches pour obtenir des informations.
3. Analyse des médias sociaux : Surveillance des discussions en ligne ou des avis pour comprendre les opinions des consommateurs.
4. Analyse concurrentielle : Évaluation des forces et des faiblesses des concurrents et de leurs stratégies.

II. Analyse du marché

A. Le marché global du e-commerce

Taille du marché : Chiffres clés et évolution du marché e-commerce en France et à l'international.

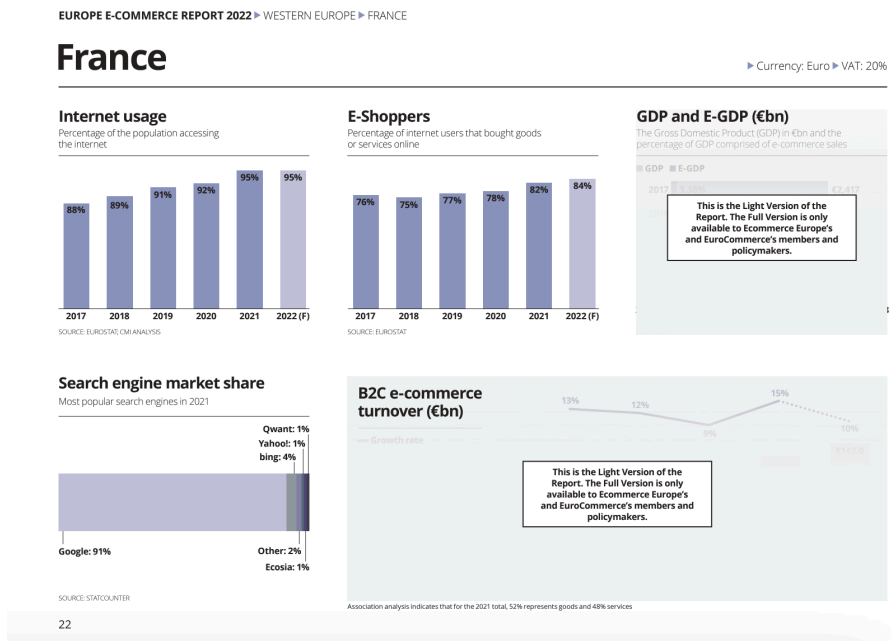


La taille du marché de l'e-commerce, tant en France qu'à l'échelle internationale, est un indicateur crucial pour évaluer le potentiel d'un secteur spécifique comme celui des couches pour bébés. En France, le pays et le Royaume-Uni se distinguent comme des moteurs de la consommation en ligne, représentant respectivement 6,6 % et 6,3 % de part de marché pour les achats sur le web. En 2023, le nombre total de transactions en ligne en France a atteint 3 milliards, enregistrant une augmentation de 4,9 %. Ces données indiquent une tendance à la hausse dans la préférence des consommateurs pour les achats en ligne, ce qui pourrait influencer positivement le marché des couches pour bébés vendues via des plateformes de commerce électronique.

(<https://www.fevad.com/grande-consommation-e-commerce-la-france-championne-deurope/>)

(<https://www.wizishop.fr/blog/ecommerce-france-chiffres>)

L'analyse du marché des couches pour bébés révèle une tendance à la croissance,



passant de 47,58 milliards de dollars en 2023 à une projection de 59,10 milliards de dollars d'ici 2028. Cette croissance est alimentée par plusieurs facteurs, notamment l'augmentation de la population urbaine, l'accroissement du pouvoir d'achat des ménages et le nombre croissant de femmes actives. De plus, la sensibilisation accrue à l'hygiène des bébés et la demande croissante de produits naturels et respectueux de l'environnement stimulent le marché des couches écologiques et biodégradables. Les innovations technologiques jouent également un rôle clé dans le développement de ce marché, en répondant aux besoins des consommateurs en matière de confort, de durabilité et de sécurité.

([Marché des couches pour bébés - Analyse de la taille, de la part et de l'industrie \(mordorintelligence.com\)](#))

En France, où environ 3,5 milliards de couches sont vendues chaque année, le marché des couches pour bébés représente environ 800 millions d'euros. Ce marché est dominé par des acteurs majeurs tels que Procter & Gamble avec sa marque Pampers, ainsi que par des marques de distributeurs. Cependant, des initiatives telles que la conception de couches 100 % biodégradables par des start-ups reflètent une tendance croissante vers des produits plus respectueux de l'environnement et répondant aux préoccupations sanitaires des consommateurs.

([Trois start-up s'allient pour inventer la couche 100 % biodégradable | Entrepreneurs \(lesechos.fr\)](#))

À l'échelle mondiale, le marché des couches pour bébés connaît une forte croissance continue depuis une décennie, avec un TCAC prévu de 4,9 % entre 2022 et 2030. Bien que les ventes se concentrent principalement dans les grandes surfaces, la vente en ligne gagne en importance, en particulier à la lumière des préoccupations croissantes concernant la composition des couches et leur impact environnemental. En réponse à ces tendances, les fabricants et les distributeurs cherchent à diversifier leur offre pour répondre aux besoins changeants des consommateurs et capturer une part du marché en pleine expansion.

([Le marché des couches pour bébés - France | Businesscoot](#))

Tendances du marché : Nouvelles technologies, segments en croissance, comportements d'achat

Idées de mots clés					
Variantes de mots clés			Questions		
1,9K Volume total: 7,6K			353 Volume total: 920		
Mots clés	Volume	KD %	Mots clés	Volume	KD %
couche lavable pour bébé	590	35 ●	quelle couche pour bebe	90	20 ●
couche pour bébé	390	32 ●	quelles sont les meilleures couches pour bébé	90	35 ●
couche bebe pour piscine	320	15 ●	quelle couche pour bébé	50	29 ●
couche pour bebe	260	30 ●	faut il reveiller bebe pour changer la couche	40	n/a ●
poubelle pour couche bebe	260	15 ●	je n'ai plus de couche pour mon bebe	40	n/a ●
Afficher tous les 1944 mots clés			Afficher tous les 353 mots clés		

Les innovations technologiques dans le domaine des couches pour bébés reflètent une évolution significative du marché, avec des avancées telles que les couches connectées, développées par des chercheurs de l'université de Tokyo. Ces couches

intègrent un circuit imprimé qui surveille divers aspects de la couche, y compris l'humidité, la température et la pression, offrant ainsi aux parents une surveillance en temps réel de l'état de la couche. Cette technologie, en plus de garantir le confort et la sécurité du bébé, répond également aux préoccupations des consommateurs en matière de praticité et de contrôle parental.

(<https://hitek.fr/actualite/des-couches-connectees> 1664)

Parallèlement, les fabricants de couches mettent l'accent sur des caractéristiques de performance telles qu'un système d'absorption haute performance, des matériaux ergonomiques qui s'ajustent parfaitement au corps du bébé pour éviter les fuites tout en permettant une liberté de mouvement, et une conception éco-responsable utilisant des matières renouvelables et recyclables. De plus, l'utilisation de produits naturels tels que l'aloé vera ou la camomille répond aux besoins spécifiques des bébés à la peau sensible.

(<https://www.creer-une-entreprise.com/les-innovations-technologiques-dans-la-fabrication-des-couches-pampers-a-la-pointe-de-la-performance/>)

(<https://drylocktechnologies.com/fr/produits/soins-pour-bebes/>)

En ce qui concerne les habitudes d'achat, la crise sanitaire de 2020-2021 a accéléré la transition vers les achats en ligne, renforçant l'intérêt des consommateurs pour l'origine et la composition des produits. Cette tendance est particulièrement marquée chez les jeunes parents, qui sont de plus en plus à l'aise avec les achats en ligne et sont sensibles aux avantages pratiques et à la diversité des produits disponibles sur les plateformes de commerce électronique. Cette évolution devrait se poursuivre à l'avenir, contribuant ainsi à la croissance du marché des couches pour bébés vendues en ligne.

(<https://madeinfr.fr/etudes-de-marche/produits-de-grande-consommation/le-marche-des-couches-bebes-en-france/>)

Opportunités et menaces : Analyse PESTEL (Politique, Économique, Social, Technologique, Écologique, Légal).

Les différents aspects politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et légaux peuvent tous avoir un impact sur l'entreprise BIOUCHES et son activité dans le secteur des couches pour bébés biodégradables et réutilisables.

Sur le plan politique, les lois régissant les normes de fabrication et les restrictions concernant certains composants peuvent influencer la conception des couches BIOUCHES. De plus, les conflits armés et les problèmes de frontières peuvent entraver l'approvisionnement en matières premières nécessaires à la fabrication des produits.

Du côté économique, des facteurs tels que le taux de chômage et le niveau de richesse des populations peuvent impacter la capacité des consommateurs à acheter des produits BIOUCHES, notamment en cas de fluctuations de prix liées au marché. Par ailleurs, l'accès à l'hygiène est souvent lié au niveau de richesse d'une population.

Sur le plan social, le niveau de vie et les habitudes de consommation des familles jouent un rôle important. Les préoccupations croissantes en matière de santé et d'hygiène sont des moteurs du marché qui peuvent favoriser la demande pour les produits BIOUCHES.

Les avancées technologiques, telles que les couches connectées, peuvent également impacter l'entreprise en offrant de nouvelles possibilités d'innovation et de communication avec les clients via les canaux numériques.

Sur le plan environnemental, les lois visant à réduire les déchets peuvent influencer les choix de conception des produits, notamment en ce qui concerne les couches biodégradables. Il est donc important pour BIOUCHES de rester attentif à l'évolution de la législation dans ce domaine.

Enfin, sur le plan légal, les nouvelles normes industrielles, les réglementations sur la protection des consommateurs et les règles de production peuvent tous avoir un impact sur les opérations de l'entreprise.

En surveillant attentivement ces facteurs et en s'adaptant aux évolutions du marché, BIOUCHES peut mieux anticiper les défis et saisir les opportunités pour assurer sa croissance et son succès à long terme.

SWOT

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Eco responsable Biodégradable Réutilisable Lavable Respectueuse de l'environnement et de la peau de l'enfant	Prix Lavage spécifique Tailles	Nouvelles technologie Augmentation du taux de natalité Confinement Sensibilisation aux produits toxiques mis dans les produits hygiéniques	Provenance de la matière première Diminution du taux de natalité Rupture de stock

B. Le marché cible

Segmentation du marché : Définir les différents segments de clients potentiel

Le public visé par les couches BIOUCHES est principalement constitué de nourrissons, mais dans le domaine des couches, les acheteurs ne sont pas nécessairement les utilisateurs finaux de ces produits. En effet, ce sont les parents qui achètent des couches pour leurs bébés, et non pour leur propre usage. Ainsi, notre clientèle cible comprend plusieurs catégories de parents.

Notre cœur de cible est constitué des parents aisés disposant de ressources financières importantes, qui accordent une grande importance à la qualité et à la sécurité des protections pour leur enfant. Nous nous concentrons également sur

les parents attentifs à la sensibilité de la peau de leur enfant, mettant en avant des produits adaptés aux besoins spécifiques de leur bébé.

En tant que cible secondaire, nous visons les parents écologiques, soucieux de l'impact environnemental des produits qu'ils utilisent pour leur enfant. Nous proposons ainsi des couches qui répondent à leurs préoccupations écologiques tout en offrant les performances et le confort nécessaires pour leur bébé.

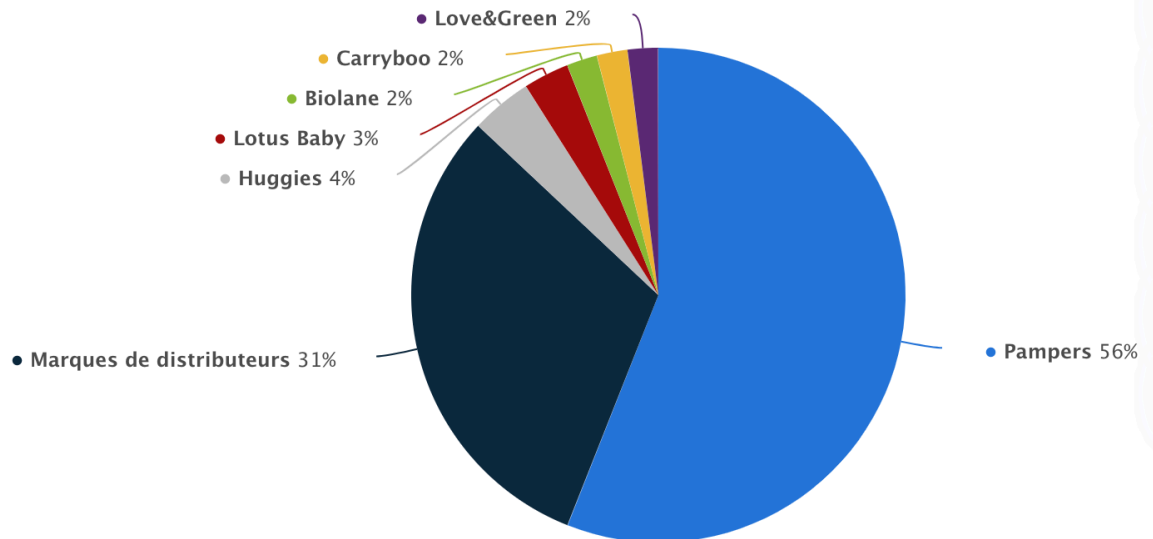
Analyse des besoins et attentes : Comprendre les motivations, les freins et les préférences des clients.

Pour les parents aisés, la priorité est la qualité des couches. Ils recherchent des produits haut de gamme offrant une excellente absorption, moins d'odeur et moins de fuites. Ils sont prêts à investir dans des couches plus chères qui sont esthétiquement attrayantes et fabriquées avec des matériaux spécifiques pour le confort et le bien-être de leur enfant. Les labels de qualité, tels que OEKO-TEX ou TCF, sont des critères importants pour ce segment de marché, car ils garantissent la fiabilité du produit.

Quant aux parents soucieux de la sensibilité de leur bébé, ils privilégient les couches avec une composition naturelle et douce, sans chlore ni blanchiment chimique. Ils évitent les couches dont la composition est peu transparente, notamment celles des grandes surfaces ou des marques connues qui refusent de divulguer leurs ingrédients. Ces parents préfèrent des couches d'origine naturelle, peut-être à base d'aloé vera ou de camomille, même si elles sont plus coûteuses.

Pour les parents soucieux de l'environnement, la priorité est de réduire l'impact écologique des couches. Ils évitent les produits contenant des substances toxiques et se tournent vers des options réutilisables ou biodégradables pour réduire leur empreinte environnementale. Ce segment de marché est moins sensible aux labels de faible qualité et préfère des produits écologiques, même si leur prix est plus élevé.

Taille et profil du marché cible : Déterminer le nombre de clients potentiels et leurs caractéristiques (1 ou 2 persona selon vos cibles.)



Si l'on considère qu'il y a en moyenne 725 000 naissances par an en France et que nos couches sont destinées à être utilisées pendant les trois premières années du nourrisson, cela équivaut à une base potentielle de 21 750 000 personnes (725 000 naissances x 3 ans).

En tenant compte des parts de marché en valeur des marques de couches pour bébés en France, nous pouvons raisonnablement espérer toucher environ 4 % des consommateurs potentiels.


Ainsi, notre cible serait d'atteindre environ 87 000 acheteurs (21 750 000 x 0,04). Cela représente le nombre d'acheteurs que nous visons pour notre entreprise BIOUCHES sur le marché des couches pour bébés en France.

(<https://fr.statista.com/statistiques/972899/marques-preferees-couches-bebe-france/>)

Jonas & Sandra

"Parents d'un bébé de 16 mois"

- 39 et 37 ans
- Cadres
- Paris, France



Biographie



Jonas et Sandra se sont rencontrés au tour de leur trentaine. L'envie de voyager et de se concentrer sur leur carrière respective passés avant tout, ils n'ont pas eu pour projet d'avoir un enfant. Aujourd'hui, ils sont parents d'un magnifique bébé du nom de Sophia, fille unique et remplie d'amour de la part de ses parents. Jonas et Sandra n'ont jamais manqué de rien, n'ayant pas d'enfants à leur charge ils ont pu vivre très bien selon leur moyen et aujourd'hui ils peuvent assurer une vie aisée à leur fille.

Situation financière stable

Ménage de 3 personnes

Aime la qualité

Marques préférées :

Personality

Introvert ————— Extrovert

Analytical ————— Creative

Messy ————— Organized

Independent ————— Team player

Passive ————— Active

Safe ————— Risky

Intérêts

Course à pied

Lecture

Jazz, Classique

Pièce de théâtre, cinéma, opéra etc.

Attentes et besoins

Moins d'odeur

Plus d'épaisseurs

Aspect esthétique

Inspiration

Blog de jeunes mamans qui conseillent certaines couches

Motivations

Obtenir le meilleure pour leur bébé

Pas peur de dépenser

Freins


Mauvais indice de qualité

Mauvaise labellisation

Eléonore & Brad

"Parents d'un bébé de 10 mois"

- 28 et 32 ans
- Start-up
- Toulouse, France



Biographie


Eléonore et Brad sont deux collègues de travail qui se sont pris d'amour dès leur arrivée dans la start-up. Ils sont militants et engagés et effectuent souvent du volontariat pour des causes qui leur tiennent à coeur. Ils ont pour projet de faire plusieurs enfants et c'est le petit Eden, l'heureux élu qui ouvre la marche. Ils mettent un point d'honneur à leur consommation et leur empreinte écologique sur la planète. Leur consommation est axée sur le respect de l'environnement.



Végétariens

3 chiens

Militantisme entrepreneurial

Marques préférées :



Personality

Introvert ————— Extrovert

Analytical ————— Creative

Messy ————— Organized

Independent ————— Team player

Passive ————— Active

Safe ————— Risky

Intérêts

Végétarien

Ont un compost

Recycle leurs déchets

Se déplace le plus souvent possibles à vélo

Attentes et besoins

Empreinte carbone neutre

Couches réutilisables ou lavables

Respectueux de l'environnement

Inspiration

Recommandations Filtox

Motivations

Préserver l'environnement

Freins

Produits nocifs pour l'environnement

Mauvaise labellisation

III. Analyse de la concurrence

Identification des concurrents : Directs et indirects, sur le marché national et international

Concurrents direct

Nom	Prix	Type
Eco Bébé	Entre 30 et 40e	couche lavable
Petit lulu	Entre 15 et 30e	couche lavable
Bambino Mio	28e 110e	couche lavable pack essai 5 couches
Hamac	34e 170e	couche lavable une partie biodégradable pack 5 couches

Concurrents indirect

Nom	Prix	Type
Tamboor	11.29e	éco responsable jetable
Pampers	17.35e	conçu de manière

		éco-responsable jetable
Projet SUMO - Luisa Kahlfeldt https://www.usinenouvelle.com/article/l-industrie-c-est-fou-sumo-une-couche-ecologique-fabriquee-avec-de-l-eucalyptus-et-des-algues.N899859	- pas encore sur le marché	le textile est biodégradable, réutilisable, absorbant et antibactérien
Love & green	10.70e 10.95e	couche écologique inserte écologique jetable couche lavable Pas de couche lavable en vente

Plus globale dans le monde entier Procter Gamble, Kimberly-Clark Corporation et Kao Corporation

Analyse de l'offre : Produits/services, prix, stratégie marketing, positionnement.

Vente de produits : Couches

- Prix : 22€ par couche réutilisable

Stratégie marketing :

- **Innovation incrémentale** : Nous cherchons à optimiser les performances de nos couches en leur ajoutant de nouvelles fonctionnalités, notamment en les rendant biodégradables pour répondre aux préoccupations environnementales croissantes des consommateurs.
- **Marketing émotionnel** : Nous mettons en place un storytelling de la marque pour créer un lien émotionnel avec les jeunes parents, en mettant en avant nos valeurs et notre engagement pour le bien-être des bébés.
- **Communication sur les réseaux sociaux** :
Nous utilisons les réseaux sociaux, notamment **Tiktok**, pour organiser des concours, diffuser des publicités et collaborer avec des influenceurs. Les acheteurs

sur TikTok Shop, en particulier les femmes de la génération Z, sont précieux en raison de leur propension à effectuer des achats en ligne de manière régulière.

Notre cible a entre 20 et 40 ans et consomme beaucoup les réseaux sociaux comme **Instagram**.

Présentation picturale pour mettre en avant les produits, et des extraits des articles présents sur le blog. Avec la montée des postes bien-être et sur la santé mentale on voit un réel intérêt sur des sujets comme le syndrome post-partum et les difficultés de prendre soin de soi avec un enfant. De cette manière en postant nos articles avec ce type de thématique on peut assurer une meilleure visibilité sur Instagram.

LinkedIn : Pour présenter l'équipe,(portrait chinois à l'anniversaire des membres de l'équipe), communiquer sur les team building. On peut également informer où sont les points de ventes de BIOUCHES, leur actualité lors de partenariat. Faire des postes pour certaines fêtes.

Calendrier :

Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
21 journée internationale des câlins	06 journée contre les mutilations génitales féminines	03 journée sans FB “retrouvé nous sur Instagram”, 22 journée mondiale de l'eau (parler de la fabrication des couches qui nécessite moins d'eau	7 journée mondiale de la santé (parler de la composition sans produit chimique)	2 journée des bébés 17 journée internationale contre l'homophobie (parce que tout le monde peut être parent) 26 comme la fête des mères	1 journée mondiale des parents 5 journée mondiale de l'environnement 11 journée mondiale du bien être 16 fête des pères

		couches pour apprendre à nager)			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
3 journée mondiale sans sac plastique	X	2 rentrée des classes 9 journée de la peluche (offre une peluche selon un pallier d'achat)	X	17 journée mondiale de la prématurité 20 journée mondiale de l'enfance	X

Positionnement :

- Nous nous positionnons comme une option moins chère que la concurrence tout en étant écologique et biodégradable, ce qui répond aux attentes croissantes des consommateurs soucieux de l'environnement.
- Nous nous interrogeons sur la différenciation de notre entreprise par rapport à la concurrence, en nous assurant de ne pas simplement reproduire le positionnement d'un concurrent. Nous évaluons également si le positionnement perçu par nos clients correspond à nos intentions et si des opportunités de positionnement non exploitées existent sur le marché.

En intégrant ces éléments dans notre stratégie marketing et notre positionnement, nous cherchons à répondre efficacement aux besoins des consommateurs tout en nous distinguant de la concurrence et en capitalisant sur les opportunités uniques du marché.

Forces et faiblesses des concurrents : Identifier les points d'avantage et de différenciation.

Direct

Nom	Forces	Faiblesses
Eco Bébé	Entre 30 et 40e	couche lavable
Petit lulu	Entre 15 et 30e	couche lavable
Bambino Mio	couche lavable offre pack essai 5 couches	Prix moyen
Hamac	couche lavable une partie biodégradable offre pack 5 couches	Son prix élevé

Indirect

Nom	Forces	Faiblesse
Tamboor	11.29e	éco responsable jetable
Pamper	conçu de manière éco-responsable	prix élevé par rapport à sa concurrence

	jetable Crédibilité de la marque / ancienneté	
Projet SUMO - Luisa Kahlfeldt	le textile est biodégradable, réutilisable, absorbant et antibactérien	pas encore sur le marché
Love & green	Moins cher sur le marché hypoallergénique	couche écologique inserte écologique jetable couche lavable Pas de couche lavable en vente

IV. Stratégie marketing

Positionnement du site web : Définir l'image et la valeur ajoutée du site e-commerce

Vous avez bien mis en avant la centralité de l'écologie dans notre production, mettant en avant le confort de bébé tout en préservant l'environnement. Notre valeur principale est de guider les jeunes parents vers une alternative plus verte pour l'hygiène de leur bébé. Notre image est résolument verte et maternante, reflétant notre engagement envers la durabilité et le bien-être de la famille.

En ce qui concerne notre site e-commerce, nous offrons une valeur ajoutée en proposant des couches à portée de clic, avec une livraison express et la possibilité de click & collect depuis un point de vente physique. Nous rendons l'achat aussi pratique que possible pour les parents occupés, en offrant plusieurs moyens de paiement tels que les cartes, Apple Pay, PayPal et même les chèques.

Mix marketing : Définir les 4P (Produit, Prix, Place, Promotion).

Voici la liste des éléments à prendre en compte pour la politique **produit** de BIOUCHES :

Qualité :

- Mettre en avant la qualité des matières
- Présence des labels. FSC pour garantir des produits issus de forêts gérées durablement. Certification GOTS pour limiter les impacts environnementaux

Fonctionnalité :

- tenir au sec 12H

Design :

- Style inspiré du linge classique, avec des couleurs des matières premières non blanchies. Des formes rondes pour rappeler la douceur.

Services liés :

- Politique de satisfaction garantie ou remboursée
- Livraison standard en 2 à 4 jours ouvrés
- Option de livraison express en moins de 48 heures à domicile

Packaging :

- Emballage fabriqué à partir de matériaux recyclés et biodégradables

Marque :

- BIOUCHES, marque spécialisée dans les couches éco-responsables

Prix :

- Entre 22€ et 38€ pour une couche réutilisable
- 18€ pour un paquet de couches biodégradables jetables

La politique **prix** de BIOUCHES vise à déterminer un prix approprié pour nos produits, en prenant en compte plusieurs facteurs :

- **La cible** : Nous visons les jeunes parents aisés, sensibles à l'environnement et au confort de leur enfant.
- **Le volume sur le marché** : Avec 2 gammes en 5 tailles et environ 87 000 bébés sur le marché, soit une estimation de 696 000 couches par an ou environ 1 933 couches par jour.
- **Positionnement de l'entreprise** : Nous aspirons à être une marque éco-responsable offrant des produits de qualité avec un bon rapport qualité-prix.
- **Les matières premières** : Nos couches sont fabriquées à partir de bambou, aloe vera, camomille, maïs, bois et coton.
- **Le coût de production** : Le coût moyen de fabrication d'une couche est estimé à 0,40€.

Ainsi, en prenant en considération ces différents éléments, nous nous positionnons sur un prix de 22€ pour la couche lavable et 12€ pour le paquet de couches biodégradables jetables de 32 couches.

Nous avons établi une liste de tous les supports que vous pouvez utiliser pour la **promotion**.

1. **Promotion des ventes** : Jeux concours, distribution d'échantillons, bons de réduction.
2. **Relations publiques** : Sponsoring, parrainage, organisation d'événements.
3. **Marketing direct** : Envoi de courrier, e-mailing personnalisé.

Pour cibler efficacement notre audience sélectionnée, nous privilégierons une approche axée sur des événements et un marketing direct personnalisé. Nous mettrons l'accent sur les réseaux sociaux en collaborant avec des influenceurs pour atteindre notre public cible de manière efficace et pertinente.

PLACE : La distribution joue un rôle essentiel dans la mise sur le marché de nos produits. Ce processus comprend plusieurs étapes clés :

1. Livraison du produit au consommateur : Nous offrons la possibilité de livraison à domicile, en point relais ou en click & collect dans nos points de vente physiques.
2. Placement en magasin : Nous veillons à ce que nos produits soient disponibles dans les magasins et autres lieux de vente pertinents.
3. Gestion des stocks et logistique : Nous assurons une gestion efficace des stocks et une logistique optimisée pour garantir la disponibilité constante de nos produits.

4. Canaux de distribution : Nous utilisons différents canaux de distribution pour atteindre nos clients, notamment :
- Direct : Vente via nos propres magasins ou notre site web.
 - Indirect : Vente impliquant des tiers tels que des détaillants ou des grossistes.
 - Exclusif : Vente par le biais d'un seul détaillant.
 - Sélectif : Vente par le biais d'un nombre limité de détaillants.

Notre principal défi est de rendre nos produits accessibles de manière rentable et de nous assurer qu'ils sont disponibles là où nos clients les recherchent. La distribution est un aspect crucial de notre stratégie marketing, car elle nous permet d'atteindre un plus large public et de stimuler les ventes.

V. Planification de l'architecture du site et des fonctionnalités [TP1]

Plan d'action marketing : Détaillez les actions concrètes pour atteindre les objectifs.

BIOUCHES va ouvrir un site d'e-commerce, pour ses boutiques de ventes de couches et accessoires pour bébé.

L'objectif principal du site d'e-commerce de BIOUCHES est d'augmenter la notoriété de l'entreprise, qui pour l'instant n'existe qu'en boutique physique. L'entreprise a donc pour objectif d'attirer de nouveaux prospects et de fidéliser sa clientèle en s'ouvrant au monde de l'e-commerce.

Pour attirer de nouveaux clients BIOUCHES peut :

Créer des réseaux sociaux pour faire leur publicité (maman/papa influenceur.se, concours)

Effectuer les livraisons dans toute la France et DOM TOM.

Faire un lot de découverte avec leurs différents produits remisés.

Mettre en promo la taille 1 des couches pour inciter à tester dès le plus jeune âge.

Approfondir notre R&D sur la conception de couches, suite aux feedbacks des consommateurs

Proposer différents moyens de paiement sur le site e-commerce.

Identifiez les fonctionnalités requises pour atteindre leurs objectifs (par exemple, catalogue de produits, panier d'achat, passerelle de paiement, système de gestion des commandes).

Voici les actions concrètes pour atteindre les objectifs de la politique produit et de la politique prix de BIOUCHES :

Pour la politique produit :

- Qualité : Assurer que nos couches sont hypoallergéniques et possèdent les labels FSC et GOTS pour garantir des produits respectueux de l'environnement.
- Fonctionnalité : S'assurer que nos couches évitent les fuites et peuvent garder au sec pendant 12 heures.
- Design : Adopter un style inspiré du linge classique, avec des couleurs des matières premières non blanchies.
- Services liés : Mettre en place une politique de satisfaction garantie ou remboursée et proposer des options de livraison standard et express.
- Packaging : Utiliser des matériaux recyclés et biodégradables pour l'emballage de nos produits.
- Marque : Affirmer notre positionnement en tant que marque spécialisée dans les couches éco-responsables.
- Prix : Fixer un prix compétitif entre 22€ et 38€ pour une couche réutilisable et 18€ pour un paquet de couches biodégradables jetables.

Pour la politique prix :

- Ciblage de la clientèle : Visée les jeunes parents aisés, sensibles à l'environnement et au confort de leur enfant.
- Estimation de la demande : Prévoir une demande de 696 000 couches par an ou environ 1 933 couches par jour sur le marché.

- Positionnement de l'entreprise : Aspirer à être une marque éco-responsable offrant des produits de qualité avec un bon rapport qualité-prix.
- Utilisation de matières premières durables : Intégrer du bambou, de l'aloé vera, de la camomille, du maïs, du bois et du coton dans la fabrication de nos couches.
- Coût de production : Prendre en compte un coût moyen de fabrication de 0,40€ par couche.

Concernant la promotion, nous prévoyons d'utiliser divers supports tels que la promotion des ventes, les relations publiques et le marketing direct. Pour la distribution, nous proposons une livraison flexible au consommateur, un placement stratégique en magasin et une gestion efficace des stocks et de la logistique.

En mettant en œuvre ces actions, BIOUCHES est bien positionnée pour atteindre ses objectifs et satisfaire les besoins de sa clientèle tout en contribuant à la préservation de l'environnement.

Arborescence du site qui représente la structure de leur site e-commerce.

Accueil - A propos

Catalogue -

Langes -

Couches

Couches lavable

Couche - maillot

Accessoires-

Lingettes

Talque

Filet lessive

Compte -

Créer un compte

Connexion

Modifier mon compte

Autres liens utiles -

A propos des cookies

Confidentialité

Conditions générales

Nous contacter

Retours & Remboursement

VI. Conclusion

Synthèse des résultats clés de l'étude : Rappeler les points importants et les conclusions.

Avec les données analysées, il est évident que l'entreprise BIOUCHES se positionne sur un marché en expansion, caractérisé par une demande croissante de produits respectueux de l'environnement et de la peau pour les bébés. Avec sa gamme de couches biodégradables et réutilisables, l'entreprise répond aux attentes des jeunes parents soucieux de ces aspects.

La taille du marché des couches pour bébés, tant au niveau national qu'international, offre des opportunités significatives pour la croissance de l'entreprise. Les tendances du marché mettent en évidence une sensibilité accrue des consommateurs aux aspects écologiques, à la qualité des produits et aux innovations technologiques telles que les couches connectées.

En termes de stratégie marketing, l'entreprise mise sur l'innovation incrémentale, le marketing émotionnel et la communication sur les réseaux sociaux pour atteindre efficacement sa clientèle cible. De plus, sa politique produit met en avant des critères de qualité, de fonctionnalité, de design, de services liés et d'emballage respectueux de l'environnement.

Sur le plan de la distribution, l'entreprise s'efforce de rendre ses produits accessibles à travers différents canaux, tout en garantissant une gestion efficace des stocks et une logistique optimisée.

En conclusion, l'entreprise BIOUCHES est bien positionnée pour saisir une part du marché croissant des couches pour bébés écologiques et réutilisables. Avec une approche axée sur la qualité, l'écologie et l'innovation, l'entreprise est prête à répondre aux besoins changeants des jeunes parents tout en contribuant à la préservation de l'environnement et au bien-être des nourrissons.

Recommandations pour le projet : Définir les orientations stratégiques pour le site e-commerce.

L'objectif de notre site d'e-commerce est d'augmenter notre notoriété et d'instaurer une image de marque impactante dans l'esprit de nos consommateurs. Pour cela notre site devra insister sur le référencement de nos descriptions et articles de

blog, SEO et SEA. Le site doit donner accès à un maximum d'informations sur notre marque, notre engagement et nos valeurs. Le design du site sera adapté et personnalisé selon notre cible - relativement jeune et au contact du numérique - et selon notre image de marque.

VII. Annexes

~~Questionnaires d'enquête~~ : Exemples de questionnaires utilisés pour la collecte de données:

Statistiques et données chiffrées : Sources et tableaux de données complémentaires.

Chiffres du e-commerce :

<https://www.fevad.com/grande-consommation-e-commerce-la-france-championne-deurope/>

<https://www.wizishop.fr/blog/ecommerce-france-chiffres>

Marché des couches bébés :

[Marché des couches pour bébés - Analyse de la taille, de la part et de l'industrie](#)

[\(mordorintelligence.com\)](#)

[Le marché des couches pour bébés - France | Businesscoot](#)

<https://madeinfr.fr/etudes-de-marche/produits-de-grande-consommation/le-marche-des-couches-bebes-en-france/>

Marché lié aux bébés secteurs biologique

[Trois start-up s'allient pour inventer la couche 100 % biodégradable |](#)

[Entrepreneurs \(lesechos.fr\)](#)

Rapport compositions des couches :

[annexe-representation-schematique-des-resultats-des-analyses.pdf \(economie.gouv.fr\)](#)

[AVIS révisé et RAPPORT de l'Anses relatif à la sécurité des couches pour bébé](#)

[Performances, composition : les meilleures couches pour bébé selon 60 millions de consommateurs : Femme Actuelle Le MAG](#)

Innovation technologique :

<https://www.creer-une-entreprise.com/les-innovations-technologiques-dans-la-fabrication-des-couches-pampers-a-la-pointe-de-la-performance/>

https://hitek.fr/actualite/des-couches-connectees_1664

<https://drylocktechnologies.com/fr/produits/soins-pour-bebes/>

Comparatifs de couches :

▷ [Comparatif Couches Bébé : comment s’y retrouver? - Les petits culottés \(lespetitsculottes.com\)](#)

Comparatif	1 Les Petits Culottés	2 Biolane	3 Dodie	4 Love & Green	5 Joone	6 Carryboo	7 Lillydoo
Prix pack	55€ (232 couches)	59.90€ (168 couches)	35€ (112 couches)	59.90€ (199 couches)	64.90€ (180 couches)	54€ (216 couches)	54€ (205 couches)
Prix / couche (Taille 1)	0,20€	0,35€	0,31€	0,29€	0,65€	0,25€	0,26€
Kit d'essai gratuit	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓
Absorption	Classification A ★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	-
Composition	Très bonne et naturelle Voile 100% naturel	Bonne et naturelle	Bonne et en partie naturelle	Bonne et naturelle	Bonne et en partie naturelle	Bonne mais indicateur d'urine	Bonne et en partie naturelle
Entreprise	Française Circuit court	Française	Française	Française	Française	Française	Allemande
Code promo	MAMANCHANCEUSE						