

RÉALISER UNE ANALYSE SWOT ET UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

ÉTAPE 1 : Comprendre ce qu'est l'analyse SWOT

L'analyse SWOT est un outil stratégique qui permet d'évaluer la position actuelle d'une entreprise ou d'un projet en identifiant les éléments internes (forces et faiblesses) et externes (opportunités et menaces).

Forces (Strengths) : atouts internes qui confèrent un avantage

Faiblesses (Weaknesses) : limites internes qui freinent la performance

Opportunités (Opportunities) : éléments externes favorables à exploiter

Menaces (Threats) : risques externes susceptibles d'impacter négativement

Objectif : prendre des décisions éclairées et élaborer une stratégie cohérente.



ÉTAPE 2 : Construire votre matrice SWOT

Créer un tableau en quatre parties : Forces / Faiblesses / Opportunités / Menaces.

Questions pour guider l'analyse :

Forces

- Quelles sont nos compétences distinctives ?
- Quelles ressources maîtrisons-nous bien ?
- Avons-nous une image de marque forte ou un bon réseau ?

Faiblesses

- Avons-nous des lacunes en interne (compétences, budget, temps) ?
- Notre offre est-elle claire et compétitive ?
- Sommes-nous dépendants de certains fournisseurs ou clients ?

Opportunités

- Quelles tendances favorables apparaissent dans notre secteur ?
- Des partenariats, subventions ou innovations sont-ils accessibles ?
- Y a-t-il des besoins non couverts par la concurrence ?

Menaces

- Quelles évolutions légales, économiques ou technologiques risquent de nous affecter ?
- Les concurrents prennent-ils de l'avance ?
- Y a-t-il une pression sur les prix ou les marges ?

ÉTAPE 3 : Comprendre l'étude de marché

L'étude de marché permet de collecter, analyser et interpréter des informations sur:

- Le comportement des clients potentiels
- La structure de l'offre existante (concurrence)
- La taille, les tendances et les dynamiques du marché visé

Objectif : valider la pertinence commerciale du projet ou ajuster l'offre en conséquence.

ÉTAPE 4 : Réaliser votre étude de marché

A. Analyse documentaire (sources secondaires)

Utiliser des données existantes provenant de sources fiables :

- Office fédéral de la statistique (OFS)
- Portails cantonaux / communaux
- Rapports d'études (chambres de commerce, banques, institutions sectorielles)
- Sites spécialisés (kmu.admin.ch, seco.admin.ch)

B. Collecte d'informations terrain (sources primaires)

Méthodes qualitatives et quantitatives :

- Questionnaires clients (en ligne ou en face-à-face)
- Entretiens semi-directifs avec des professionnels ou clients potentiels
- Tests de concept ou enquêtes d'opinion
- Observation directe (comportements, lieux, flux)

C. Analyse de la concurrence

- Identifier les principaux acteurs du marché local ou en ligne
- Évaluer leurs produits, prix, positionnement, forces et faiblesses
- Analyser leur visibilité, leur relation client et leur image

ÉTAPE 5 : Synthétiser et interpréter les résultats

- Identifier les segments de clientèle réellement intéressés
- Déterminer la taille du marché accessible et le volume potentiel de ventes
- Repérer les besoins non satisfaits ou les zones géographiques mal couvertes
- Positionner votre offre de manière différenciée et réaliste

Exemple :

MATRICE SWOT – Espace de coworking "Nomad Office"

Forces	Faiblesses
Emplacement central proche des transports publics	Faible notoriété pour une jeune entreprise
Design moderne et équipements de qualité professionnelle	Capacité d'accueil limitée (20 postes seulement)
Tarification flexible adaptée aux indépendants	Dépendance à une seule source de financement initial
Offre complémentaire : café, événements, coaching	Manque de personnel pour animer la communauté
Réseau local de partenaires (startups, RH, PME)	Absence de présence sur certains canaux digitaux clés
Opportunités	Menaces
Croissance du télétravail et du freelancing en Suisse	Hausse de l'offre concurrente (espaces low-cost)
Aides cantonales à l'innovation et à l'entrepreneuriat	Risque de saturation du marché local
Développement de partenariats avec incubateurs	Évolution réglementaire liée à la sécurité des locaux
Intérêt croissant pour le réseautage professionnel local	Fluctuation économique impactant les budgets des PME
Digitalisation des services (réservations, paiements)	Hausse des coûts d'exploitation (loyers, énergie)