**DE 3.3 Objectif marketing quantifié**

Sauf caractéristiques particulières d’un secteur (dont vous citeriez une source précise), on peut considérer qu’un nouveau produit touchera entre 1% et 10% de sa cible la première année. A vous d’expliquer pourquoi vous pensez que dans le cas de votre PFR ce % sera plutôt de l’ordre de quelques % ou plutôt proche de 10%.

Vous pouvez utiliser trois catégories d’arguments :

1-Raisonner à partir d’exemples : Établir une analogie avec un produit comparable à votre PFR et actuellement en phase de lancement (par exemple Renault s’était fixé 10% de part de marché mondiale en 10 ans avec son véhicule électrique). Utiliser des exemples de stratégie (voir dans la rubrique « Rechercher des informations / Liens vers des informations utiles pour concevoir la stratégie »). Si votre PFR est une application ou un objet connecté, consulter sur les stores le nombre de téléchargements des applications comparables.

2-Raisonner à partir des conclusions de l’analyse du contexte commercial et du comportement du consommateur par exemple : les parts de marchés des entreprises concurrentes, l’analyse des barrières à l’entrée sur un secteur (Forces de Porter), des menaces et opportunités cruciales, les risques perçus par les consommateurs, la complexité ou non de leur décision d’achat.

3-Si c’est possible, utiliser les résultats de votre travail dans le cadre du cours sur la recherche commerciale.